



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ANÁLISIS DE TRATAMIENTO INFORMATIVO SOBRE NOTICIAS DE
FEMINICIDIO EN EL MEDIO DIGITAL EL COMERCIO**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTORA:

Cabanillas Lezama, Patricia Elizabeth

ASESOR:

MG. Raúl Rivero Ayllón

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

Trujillo – Perú

2017

PÁGINA DEL JURADO

MG. RIVERO AYLLÓN RAÚL
PRESIDENTE

MG. PRADO MORALES, WILLIAM
SECRETARIO

LIC. FASANANDO LESCANO, KILVER
VOCAL

DEDICATORIA

Dedicada principalmente a todas aquellas mujeres muertas a causa del feminicidio, de una manera injusta por sus parejas las cuales decidieron poner punto final a su vida, dando como referencia a la conocida frase que a veces el “amor mata”.

Asimismo, a las futuras madres de los niños y niñas para que logren concienticen en ellos la igualdad de género, y con ello lograr erradicar la cultura machista que se tiene muy arraigada en el Perú.

También dedicada con mucho cariño a mis abuelitos, principalmente a mi abuela por ser una mujer luchadora, gracias por su inmenso amor que me han tenido desde pequeña, y apoyarme en los momentos difíciles.

“Hoy como ayer, las mujeres deben negarse a ser sumisas y crédulas, pues el disimulo no puede servir a la verdad”

Germaine Greer

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a mis padres por absoluto soporte emocional de alentarme y apoyarme para culminar la carrera.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Patricia Elizabeth Cabanillas Lezama, identificada con DNI 45540289, y con efecto de cumplir con todas las normas actuales de la Universidad Cesar Vallejo, que son de Reglamento para sacar los Grados y Títulos, de la Facultad Ciencias de la Comunicación, escuela académico profesional de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo testimonio que toda la información presentada es auténtica y verídica.

Trujillo diciembre de 2017

Patricia Elizabeth Cabanillas Lezama

DNI N°45540289

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Con las disposiciones establecidas de los Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, situó a su colocación de la presente investigación titulada: Análisis de tratamiento informativo sobre noticias de feminicidio en el medio digital El Comercio, con el fin de poder obtener el título profesional de Licenciado (a) en Ciencias de la Comunicación.

Asimismo, la investigación presentada es un estudio de tipo no experimental descriptivo simple, el cual está orientado a investigar el Análisis de tratamiento informativo sobre noticias de feminicidio en el periodo de enero a setiembre de 2017.

Mi persona es responsable del esfuerzo y sacrificio puesta en esta investigación, además de estar dispense de errores o exclusiones involuntarias propias de mi falta de experiencia en la realización de este tipo de investigación. Concluyo alcanzando a todos ustedes la información obtenida en el presente informe.

Trujillo, 2017

ÌNDICE

PÀGINA DEL JURADO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

DECLARACIÒN DE AUTENTICIDAD

PRESENTACIÒN

ÌNDICE

I INTRODUCCIÒN	8
1.1 Realidad problemàtica	8
1.2 Trabajos previos	11
1.3 Teorías relacionadas al tema	15
1.4 Formulaciòn del problema	29
1.5 Justificaciòn del estudio	29
1.6 Hipòtesis	30
1.7 Objetivos	30
II MÉTODO	31
2.1 Diseño de investigaciòn	31
2.2 variables, operacionalizaciòn	32
2.3 Poblaciòn y muestra	33
2.4 Técnicas e instrumentos de recolecciòn de datos	33
2.5 Métodos de análisis de datos	33
2.6 Aspectos éticos	34
III RESULTADOS	
IV DISCUSION	
V CONCLUSIONES	
VI RECOMENDACIONES	
VII REFERENCIAS	

RESUMEN

La presente investigación se centró en analizar el tratamiento informativo del medio digital El Comercio sobre noticias de feminicidio. La investigación corresponde al tipo descriptiva simple, teniendo como variables al medio digital El Comercio, y las noticias de feminicidio. En el estudio se tomó como referencia a dos teorías, la teoría Gatekeeper y la teoría de Teoría del Newsmaking, hay que mencionar que solo se trabajó con noticias de El Comercio y se realizó una entrevista a un periodista de dicho medio, además para tener en cuenta como es el tratamiento informativo de otro medio, se realizó también una entrevista a un periodista de El Satélite. Con respecto a la población (El Comercio) se trabajó con 40 notas informativas que pertenecían a los meses de enero a setiembre de 2017. En la recolección de información se utilizó una guía de observación y una entrevista, las cuales fueron validadas por expertos, con respecto al instrumento éste estuvo dividido en cuatro partes, enfocadas directamente al tratamiento informativo. La entrevista realizada al periodista de El Comercio tuvo como finalidad cumplir el tercer objetivo de la investigación, el cual era, explicar qué criterios son tomados en cuenta por el medio digital El Comercio al momento de brindar cobertura periodística sobre noticias de feminicidio. La investigación finaliza indicando que el tratamiento informativo del medio digital es óptimo en relación con otros tipos de medios de comunicación como El Satélite, pero no se refuerza el seguimiento de los casos de feminicidios una vez publicada la noticia en el periódico o en la plataforma virtual. Asimismo, no enriquece más los datos de la víctima y el agresor, ni brinda información adicional de consultas a expertos en el tema o números telefónicos donde alguna mujer que sufra de violencia pueda llamar o acudir por ayuda, además no utiliza hipervínculos, ni hipertextos que puedan complementar dicha información.

Palabras claves: Tratamiento informativo, medio digital, feminicidio, recursos multimedia.

ABSTRACT

The present investigation focused on analyzing the information treatment of El Comercio digital media on femicide news. The investigation corresponds to the simple descriptive type, having as variables the digital medium El Comercio, and news of femicide. In the study we took as reference two theories, the Gatekeeper theory and the theory of Newsmaking Theory, we must mention that we only worked with news from El Comercio and an interview was conducted with a journalist from that media, in addition to having account as is the informative treatment of another medium, an interview was also made to a journalist from El Satélite. Regarding the population (El Comercio), we worked with 40 informative notes that belonged to the months of January to September 2017. In the collection of information, an observation guide and an interview were used, which were validated by experts, with Regarding the instrument, it was divided into four parts, focused directly on the information treatment. The interview with the journalist of El Comercio had as finalized the third objective of the investigation, which was to explain what criteria are taken into account by the digital media El Comercio when providing news coverage on femicide news. The research ends indicating that the information treatment of the digital medium is optimal in relation to other types of media such as El Satellite, but it does not reinforce the monitoring of femicide cases once the news is published in the newspaper or on the virtual platform. It also does not enrich the data of the victim and the aggressor, nor does it provide additional information of experts or telephone numbers where a woman who suffers from violence can call or go for help, and does not use hyperlinks or hypertexts that can complement this information.

Keywords: Informative treatment, digital media, femicide, multimedia resources.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática.

El tema sobre tratamiento informativo que brinda los medios de comunicación sobre noticias de feminicidio fue primordial conocer debido a ellos plasman una realidad coincidente con la cotidianidad sobre las distintas muertes de las féminas a causa de su pareja o expareja, es así que Real Academia Española añade que el tratamiento informativo es un conjunto de métodos y planteamientos los cuales permite saber recolectar datos de una manera más precisa sobre la información. Fue así como los distintos medios de comunicación prensa televisiva, escrita, y medios online, presentan la información de una manera diferente, pero dependerá del público como recibe el mensaje.

Asimismo, Gaitan (1998, citado por Fong, 2012) define que el análisis de contenido es un conglomerado de métodos para proceder de una forma determinada hacia sistemas aplicados para distintos géneros de la comunicación tales como mensajes, textos o discursos, los cuales permiten de manera eficiente y eficaz procesar una cantidad de datos relevantes sobre lo que se desea conocer. Por su parte Chávez (2008) añade que el análisis de contenido permite obtener datos para fundamentar un estudio serio y riguroso de la realidad, del mismo modo los autores Porta y Silva (2003) señalan que el análisis de contenido es una estructura de procedimientos objetivos y taxonómicos, de manera cualitativa y cuantitativa. Es por ello por lo que se obtiene datos relevantes al momento de la redacción de una noticia.

Del mismo modo Vásquez (2006) define al desarrollo de la producción periodística en tres pasos: El primero es recopilar datos relevantes sobre la información y luego de ello seleccionar los más importantes para finalmente brindar el rango pertinente a la noticia en los medios de comunicación

Asimismo, López (2009) sostiene que las tácticas de las cuales disponen los periodistas para captar la atención de la noticia dependen del titular y ubicación del texto en la página.

El interés que brinde el medio de comunicación a una noticia depende de lo siguiente:

El encabezado o titular de la noticia debe ser llamativo y ubicado en el lugar específico de la portada, asimismo también influirá el tamaño de la letra estos factores son los que ubicaran a la noticia como importante o desapercibida.

Llanos (1993) añade que la información noticiosa es aquella que brinda una descripción detallada de los hechos con claridad y precisión los hechos de una noticia. Es así que la información periodística compone diferentes datos que han sido recolectados en un tiempo determinado. Asimismo, Telleria (1986) sostiene que la información de la noticia es aquella que se plasman con detalles minuciosos de los hechos sucedidos.

Asimismo, Paz (2009) señala que en el ámbito local una característica destacable en el tratamiento informativo es que en su mayoría los responsables de producir informaciones periodísticas diarias no reparan a fondo en el trabajo con fuentes informativas, y actores involucrados de un hecho. Tampoco en relación al impacto de los enfoques periodísticos ni su valoración caracterizada principalmente por la extensión y ubicación o tiempo de emisión que se le da al tema en las ediciones diarias.

Igualmente, Gonzáles (2005) sostiene que un hecho relevante depende del interés que le brinde la población a la noticia. En el caso que una noticia no sea un hecho relevante está pasara desapercibida. Por ello los medios de comunicación deben obtener fuentes confiables las cuales permitan que el acontecimiento tenga un alcance de mayor interés en la comunidad. (Martini 2004)

Según Flores, Calvo, Iñiguez y Sosa (2004) “Las noticias políticas y especialmente las policiales tienen preeminencia probamente por el carácter sensacionalista del medio. Sensacionalismo que dicho sea de paso no solo se centra en el ámbito policial, sino que es una característica que marca la presentación, edición, emisión y comentario de casi todas las noticias”. La violencia también es transmitida en los medios a través de sus imágenes no solo de la información publicada en estos. Uno de los diarios que empezó a poner mujeres semidesnudas en sus portadas fue “El Ojo”, del mismo modo “EL Popular” también empezó a poner imágenes de las

vedettes en su portada, y sistematizo los colores de su tabloide refiere Gargurevich (2000).

Asimismo, Barrón (2007) sostiene que los distintos tipos de violencia tanto de manera física como psicológica se halla y manifiesta en las diferentes clases sociales. Esto lo confirmó el diario El Comercio quién publicó que más de 97 mil casos de violencia familiar se registraron desde octubre del 2009 hasta setiembre de 2012.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) sostiene que la muerte de las féminas es causada en la mayoría de los casos por su pareja, expareja, conviviente o ex conviviente. Asimismo, refiere que la violencia afecta más aun a los países de Latinoamérica debido a la pobreza y desventaja social que son una amenaza para los países que se encuentran en subdesarrollo.

Los medios de comunicación marginan positivamente lo masculino, pero al mismo tiempo cuidan comportamientos misóginos, incluso los que deben ser castigados, es así como los distintos medios expresan los contenidos con títulos como "todo parece indicar que se trata de un crimen pasional" reúne los hechos de la noticia, pero no culpa con mano dura al agresor de la violencia, sino que lo toma como un caso de violencia doméstica. El homicida no es culpable de la violencia hacia la mujer, sino que ilusiona que solo es una "violencia doméstica" que desvirtúa y no designa con el dedo al hombre que mata: "un nuevo caso de violencia doméstica". Y en oposición de la ética periodística, está identifica en la mayoría de los casos a la fémina que al asesino de feminicidio.

El vocablo "feminicidio", apareció por primera vez en el libro. John Corry (1801) "A Satirical View of London" en alusión al asesinato de una mujer. Casi después dos siglos Diana Russell junto con Jane Caputi lo definen como el crimen o asesinato producido a mujeres por hombres el cual es causado por el odio al género femenino.

Russell y Harmes reparan en que los distintos medios de comunicación sí facilitan una amplia cobertura a casos de feminicidios, pero que estos sucesos son en la mayoría de las veces denigran el papel de la mujer en la sociedad. Por eso podemos ver que en los diarios sensacionalistas lo plasman de forma burlesca e incluso en algunas ocasiones los justifican al perpetrador.

1.2 Trabajos previos

En el ámbito internacional

Carbadillo, P (2010). El proceso de construcción de violencia contra las mujeres: medios de comunicación y movimiento feminista. Una aproximación desde la teoría de Framing. Tesis doctoral. Universitat Jaume I, Departamento de Filosofía y Sociología, Castellón de la Plana.

Conclusiones:

- El trabajo de los medios de comunicación en la elaboración y desarrollo del estilo periodístico nos ha permitido acceder a determinados problemas que aquejan a la sociedad, y brindan una descripción del rol de las mujeres como representante de un cambio social.
- Lo primordial del tratamiento informativo que dan los medios de comunicación sobre estos hechos son una aproximación de los contenidos que se expresan en los diarios sensacionalistas en la atención a la violencia de género tanto en el encuadre judicial como en el ámbito político.

La tesis doctoral denominada “La violencia sobre la mujer y su tratamiento en la prensa vasca” (2001), de la Dra. María Pilar Diezhandino Nieto, afirma que la forma en que los periódicos presentan las noticias de violencia sobre la mujer confirma que la consideran como noticias blandas, es decir, no demasiado importantes.

Marian Meyers (1997) en su libro “News coverage of violence against women”, analizó la cobertura que hace la prensa norteamericana de ciertos casos de femicidio “doméstico”, centrándose especialmente en las estrategias que utiliza la prensa para describir a los actores. Su análisis muestra que respecto al abuso y la cobertura que con la que son expresados los crímenes de mujeres a manos de sus parejas tiende consecuentemente a victimizar al agresor y culpar a la víctima de feminicidio por los hechos producidos en contra de su persona. Finalmente, la autora resalta que los medios de comunicación son ellos quienes se encargan de generar este círculo vicioso donde sucumba el machismo.

Del mismo modo algunas investigaciones españolas sobre cobertura noticiosa a la violencia contra la mujer los autores como Vives et al (2005) finalizan que los medios fingen haber descubierto el tema, pero no demuestran los antecedentes que protagonizaban los grupos feministas, solo se limitan afirmar sobre asesinados sin contar con la voz de las víctimas, y ofrecían una versión simple de los hechos. Especialmente, los medios se concentraban en casos apartados dónde las mujeres aparecían solo como víctimas o culpables de ser maltratadas, incluso defendían o disculpaban la conducta violenta”.

La Universidad de Salamanca, Muñiz e Igartua (2004), realizó un estudio de “Encuadres noticiosos e Inmigración. Un análisis de contenido de la prensa, y televisión española”, el cual tuvo como objetivo determinar el tratamiento dado por los medios de comunicación españoles (prensa y televisión), al fenómeno de la inmigración. Los resultados de dicha investigación arrojaron que la cobertura realizada por cada medio de comunicación, siendo más seria la presentación en la prensa, y teniendo la televisión hacia el sensacionalismo.

En el ámbito nacional

CONCORTV (2012) presentó un estudio sobre “Monitoreo de violencia contra la mujer en los medios de comunicación”. El monitoreo de los medios de comunicación fue realizado con el apoyo de Solidaridad Internacional y AECID en los meses de setiembre y octubre del 2012 a los medios televisivos (América Televisión, ATV, Frecuencia Latina) y a los medios de prensa escrita (Trome, El Comercio, Ojo y Perú 21 y en Piura, La Hora, Correo y el Tiempo), llegando a concluir que:

- La Asociación de Comunicadores Sociales (ACS). Calandria revela que el 96% de los medios televisivos presentan contenidos sobre violencia contra la mujer, pero de ellos solo un 3 % proponen acciones o actividades para erradicar esta problemática.
- Asimismo, afirman que las noticias referentes a violencia de género son abordadas en su mayoría como temáticas policiales o judiciales, pero no

como problemática social, evitando con esto que se pueda manifestar la importancia del tema.

- El estudio demuestra que es la misma población quien es presentada como principal actor en la noticia, y deja de lado a las instituciones encargadas de este tipo de problemática.
- También dicho monitoreo pone de manifiesto el nulo seguimiento que se le da a este tipo de casos sobre violencia contra la mujer por parte de las autoridades pertinentes, así como en el tratamiento de la noticia que brindan los diversos medios de comunicación.

Tafur (2013) en su portal Bitacora 13 manifiesta que “el primer diario que introdujo la replana y jerga en la prensa sensacionalista fue el diario vespertino “Última hora””. Más adelante Aranda K, Rosario K, Caparo K, Retuerto R (2010) en su portal web “La jeringa” sostiene que el diario “Última hora”, “inicio la evolución de los diarios populares, y sensacionalistas, hasta llegar a conocerse como diarios chichas. Así nace” El Popular” en la década de los noventa, y consecutivamente nacen otros diarios del mismo tipo como: “El Mañanero” 1992,” El Chino” 1995, “La Chuchi”1996, “La Reforma”1997, “El Tío” 1998, “La Yuca”2000.

Un estudio realizado por la Defensa de los Derechos de la Mujer en los meses de enero 2004 y julio 2007, de los diarios de circulación regional en 10 departamentos del Perú dónde encontraron que fueron asesinadas un mínimo de 403 mujeres, concluye que:

Un promedio de 16 mujeres en nuestro país son víctimas de violencia y feminicidio cada mes, siendo estos la mitad de los casos, los crímenes son cometidos por sus parejas o exparejas sentimentales, alegándose celos, infidelidad, negación sexual, negación a ser parejas y o a reiniciar una relación, como los principales motivos

De igual manera el informe sobre “Homicidio y Feminicidio en el Perú” presentó entre el 01 de setiembre de 2008 y el 30 de junio de 2009 un total de 181 asesinatos de mujeres de un total de 793 homicidios, de los cuales 65 casos (35,9%) fueron perpetrados por un hombre como pareja o ex –pareja de la víctima. Asimismo, en los datos arrojados por el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social contabilizó en

todo el año 2009 un total de 203 casos de feminicidios, siendo aproximadamente 7 de cada 10 de ellos vinculados a la relación de pareja.

Un estudio hecho por el Ministerio Público sobre: "El Feminicidio en el Perú según distritos. Con información sobre el homicidio en la familia" primera edición 2010, se concluye que: Entre enero y octubre de 2010, 24 mujeres murieron víctimas de un feminicidio en Lima Metropolitana, de las cuales 17 mujeres fueron víctimas de un feminicidio íntimo, y 7 de uno no íntimo.

En el ámbito local

El diario virtual Trujillo News (2012) informó que "más de 300 personas fueron atendidas por casos de violencia familiar y sexual en mayo del presente año en el Centro de Emergencia Mujer (CEM) de Trujillo en la región La Libertad".

La tesis de Casusol Morales, David y Raffo Valdivia Flor (1997): En su investigación de tipo descriptiva, denominada: Análisis del tratamiento de la noticia en la prensa seria concluyen que los encabezados de primera plana de los diarios serios son trascendentales, pero los sensacionalistas, intrascendentales. Además, estos últimos faltan a la objetividad en el tratamiento de las informaciones políticas pues tienen una determinada línea política dejando de lado los principios éticos.

Por otra parte, Felipe Cabrera Vigo en su tesis sobre "Cobertura Periodística en los medios impresos Correo y La Industria relacionados con temas de la infancia de Trujillo", para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, en su investigación descriptiva comparativa, concluye lo siguiente:

En las características de contenido el diario "La Industria" estrictamente al publicar noticias sobre infancia en más de 50 por ciento de los casos, aprovecha el tema violencia, explotación, y otros abusos. Asimismo, en el tratamiento del diario Correo se pudo verificar que tiene cuotas de sensacionalismo por encima del 70 por ciento que las dimensiones en su primera plana e incurre en la práctica de no identificar a su fuente con un buen porcentaje de notas basadas en una sola fuente.

El Periodismo

Fraser (1961) sostiene que el periodismo engloba las distintas formas en las que se expresa una noticia. Del modo mismo Llanos (2006) define al periodismo como una profesión que dentro de la comunicación social es la única alternativa para entrar en relación con nuestros semejantes. Lo mueve el propósito del buen servidor.

Hernández (1949, citado por Filippi 1997), define al periodismo como la descripción e interpretación de sucesos actuales con el objetivo no solo de comunicar algo sino de orientar a las personas que viven en sociedad.

Asimismo, Vivaldi (1998) sostiene que la información periodística tiene que ser estrictamente verdadera, y presentar los hechos tal cual sucedieron sin quitarle ni añadirle nada.

Especies periodísticas

Martínez (1994) añade que las especies periodísticas es aquella forma de creación poéticas relacionada con temas de la actualidad y difundida por los distintos medios de comunicación.

Orbegoso 2000 los clasifica de la siguiente manera:

Género Informativo: Brinda información de coyuntura y su función principal es manifestar los sucesos. En este podemos encontrar:

- **Nota informativa:** La cual comunica un acontecimiento de actualidad ignorado, hasta entonces, y que despierta el interés del público al que se dirige.

Género Interpretativo: Ahonda sobre la información, y su función principal es la explicación. En este podemos encontrar.

- **Reportaje:** Descubrimiento de un hecho que puede ser de actualidad, o no; tiende a ser extenso.

- **Crónica:** proporciona una reseña detallada de los pormenores, y alternativas de un hecho.
- **Entrevista:** Funciona en la presentación de preguntas y respuestas, a fin de dar a conocer el juicio u opiniones e ideas del entrevistado.

Género de Opinión: El periodista toma una postura determinada con la información brindada dándole de esta manera un valor agregado a la noticia. En este género podemos encontrar.

Género de Entretenimiento: Buscan entretener provocar solaza. No difunde el relato de un hecho y su valoración, sino que se remite a divertir y entretener. En este podemos encontrar.

- **Las tiras cómicas:** Consiste en un número reducido de viñetas en las que se cuenta una pequeña historia con un tono de humor.
- **Caricaturas:** consiste en un dibujo de forma exagerada donde se muestra o distorsiona la apariencia física de una persona o varias.

El periodista

Kovach y Rosenstiel (2004) añaden que todo periodista debe contar con un conocimiento de la ética y responsabilidad como brújula moral tener un sentido personal de la ética y la responsabilidad una brújula moral". Es por ello que podemos decir que el periodista tiene la responsabilidad de dar a conocer una noticia de la forma en la que realmente aconteció.

Por su parte Tipe (2000) sostiene que "el periodista no debe perder de vista que la información es un bien social y no un simple producto". Por ello se debe tener en cuenta los principios básicos en su labor como periodista.

La lengua como medio de comunicación

A lo largo de los siglos los seres humanos han adecuado la manera de expresarse de acuerdo con el ámbito donde este sociabiliza, es por ello que los medios de comunicación no son ajenos a ello, asimismo como tienen un estilo periodístico y

línea editorial diferentes, también su forma de redactar la noticia y dar a conocer a su público son distintas, es por ello que emplean diferentes variedades de la lengua.

Variedades de la lengua:

Lengua Culta. Empleado por personas cultivadas o con cierto grado académico

Lengua Coloquial. Empleo del lenguaje en un contexto informal, familiar.

Lengua Vulgar. Escaso y pobre vocabulario, que se reemplaza por gestos y palabras groseras

Análisis de Contenido

El análisis de contenido nos permite explorar las características del discurso. Holsti (1968) es un método que nos ofrece la posibilidad de analizar y cuantificar los materiales de la comunicación humana.

Para Krippendorff (1980) define al análisis de contenido como un conjunto de procedimientos que se formula a partir de ciertos datos y estos pueden aplicarse a un contexto.

Martin (2005) asegura que la popularidad de este método se basa la efectividad que brinda para analizar los contenidos mediáticos.

Mayntz et al (1980) define el análisis de contenido como un sistema de procedimientos el cual identifica procedimientos para describir las propiedades lingüísticas de un texto. En otras palabras, el uso del análisis de contenido busca descubrir la significación de un mensaje.

Cobertura periodística y tratamiento informativo

Rivadeneira (1990) “El estilo periodístico es el modo de realizar una comunicación; el código es el lenguaje empleado, el instrumento semántico de esa comunicación. Por otra parte, el uso de un repertorio de significados determina cierto estilo o por lo menos lo reclama”

Los diferentes medios de comunicación son conocidos por sus distintos estilos periodísticos que en muchos casos se guía por su línea editorial, por eso es que se diferencian unos a otros al momento de abordar una noticia

Martínez de Sousa, define cobertura periodística como la “vigilancia completa de la información en una zona delimitada o acerca de una cuestión dada”. Asimismo, dicho autor sugiere que el término conlleva la “asignación, por un órgano de prensa, de los reporteros necesarios para cubrir un acontecimiento y asegurarse la información”, esto dependerá de la magnitud o complejidad que éste posea. Según el autor, también es posible entender el término como la “capacidad de un medio para llegar a todos los rincones de un territorio”, o simplemente por el “número de personas o familias de una región determinada, que recibe los mensajes de un medio de comunicación”.

Tratamiento Informativo

Paz (2009) señala que en el ámbito local una característica destacable en el tratamiento informativo es que en su mayoría los responsables de producir informaciones periodísticas diarias no reparan a fondo en el trabajo de fuentes informativas y actores involucrados de un hecho. Tampoco en relación con el impacto, por la extensión y ubicación o tiempo de emisión que se le da al tema en las ediciones diarias. Para Alsina (1996) el tratamiento periodístico es un proceso compuesto de dos fases interrelacionadas: producción y difusión. De esta fusión se obtiene finalmente la noticia.

La Noticia

Según Flores, Calvo, Iñiguez y Sosa (2004, “las noticias políticas y, especialmente, las policiales tienen preeminencia. Probablemente por el carácter sensacionalista del medio. Sensacionalismo que, dicho sea de paso, no solo se centra el ámbito policial, sino, que es una característica que marca la presentación, edición, emisión y comentario de casi todas las noticias”.

Componentes de la noticia:

Los titulares de las noticias más importantes se sitúan en la portada, y los antetítulos y subtítulos en las partes inferiores de la noticia.

Los encabezamientos: Antetítulo, títulos, subtítulos, entrada, el cuerpo y el final. Asimismo, con respecto a los títulos, en la gran mayoría de los casos, resalta la importancia del hecho noticioso, este a su vez tiene tres funciones primordiales 1) Identifican los textos que encabezan, 2) Distinguen los textos entre sí, 3) Complemento sirve el subtítulo, pero en el caso que la noticia sea muy importante, también tiene un antetítulo, el cual se encarga de resaltar lo más relevante del hecho noticioso.

Fase de producción de noticias, según Tamayo (2006), se distinguen los siguientes elementos:

1) Identificar un hecho noticioso: Además de ser novedoso sea de interés común, por su relevancia dentro de la sociedad.

2) La búsqueda e interpretación de la información: Martínez, J y Santamaría, L (1996) esto implica la diversidad de fuentes las cuales son transcendentales porque ponen en duda la credibilidad del periodista si estas no son confiables. Las clasifican en:

a) Por su conocimiento de los hechos

- **Fuentes Primarias.** Camacho (2010) sostiene son todas aquellas fuentes que ofrecen información de primera mano.
- **Fuentes Secundarias.** Camacho (2010) añade que son todas las fuentes que están al servicio del periodista para brindarle una información.
- **Fuentes permanentes.** Aquellas personas, instituciones o especialistas que por estudios conocen determinados temas. Estas fuentes pueden ser, la policía, ministerios, grupos políticos, etc.

b) Por su grado de institucionalización:

- **Fuentes oficiales:** Romero (2005) expone que este tipo de fuentes son portavoces de las instituciones públicas o privadas.
- **Fuentes no oficiales o extraoficiales:** Martine (2000) sostiene que es aquella que no es del todo confiable o que esta por confirmar el hecho noticioso.

Redacción de la noticia

Sigue tres principales criterios: La organización de la investigación e información, la estructuración del texto, a partir de las mismas, y la selección de la información que se va a utilizar. Además de estos criterios al momento de la redacción de una noticia Pérez (2011) argumenta que toda noticia como texto en cualquiera de las especies que fuese debe ser:

- **Completa:** Todos los datos necesarios para poder comprender lo sucedido.
- **Concisa:** Debe ser explicada de forma breve.
- **Clara:** No da lugar a confusiones ni a falsas interpretaciones.
- **Concreta:** Refleja la realidad fielmente.

Periodismo digital

Salavarría (2001) define al periodismo digital como la información que emplea una plataforma virtual pero que al igual que un medio convencional tiene la finalidad de investigar, producir y difundir contenidos periodísticos.

Por su parte Coleman (2005) añade que el contenido informativo es plasmado en internet tiene mayor extensión de una comunicación instantánea y democrática.

Características del periodismo digital en los medios digitales

Salavarría (2001) añade las siguientes características del periodismo digital fundamentadas en los principios de la plataforma de Internet

Entre estas características tenemos

Multimedialidad: Es una mezcla de texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, animaciones, infografías, todas ellas expresadas en una plataforma virtual.

Hipertextualidad: Nos permite acceder a la información de la plataforma virtual por medio de enlaces o hipervínculo, hipertexto.

Interactividad: Esta característica del medio digital nos brinda a los usuarios el poder interactuar con el medio a través de las distintas redes sociales.

Los géneros periodísticos complementarios en los diarios digitales

La manifestación de los géneros y subgéneros periodísticos complementarios fue un fenómeno vivido apartado en la prensa durante estos últimos veinte años. Los diarios digitales, pese a determinadas particularidades las cuales lo diferenciaban abismalmente de los primeros, han imitado muchas de sus técnicas clásicas y narrativas, pero al tiempo estos últimos han ido adquiriendo un lenguaje propio. Del mismo modo ocurrió en sus primeros años de vida con la radio y la televisión, hasta que finalmente pudieron adaptar un lenguaje personal. A diferencia de los medios tradicionales, los diarios digitales han cambiado la lectura secuencial del mensaje periodístico distribuyéndolo en diversos textos que se fusionan para ofrecer al usuario una visión completa del acontecimiento. Como resultado, los géneros complementarios no son herencia de la prensa, sino que su sistema ha sido copiado en la red, pero de una forma más refinada, atendiendo a las características del medio.

La libertad de prensa y Ética periodística

El relato del periodismo nos demuestra que, desde el invento de Gutenberg hasta nuestro día, se sigue llevando a cabo una tarea ardua en tratar de apoyar la lucha de la libertad de expresión contra la censura. Asimismo, se dice lo siguiente de la libertad de prensa. “La libertad de prensa es considerada como derecho humano fundamental, reconocida así a partir de la revolución ideológica, producto del iluminismo del siglo XVIII”. Para Mirabeau, “la más inviolable, la más ilimitada, la libertad sin la cual no serán jamás conseguidas las otras”. Sin embargo, referirse a la libertad de prensa a secas, abarca otros conceptos bajo el término “prensa”. Para algunos revolucionarios franceses como Mirabeau, citaba a un periodismo informativo de su época como derecho de publicar opiniones, panfletos, escritos y otros elementos necesarios para la preparación psicológica y adoctrinamiento de las masas revolucionarias.

La fotografía

Albacete A (2010) menciona que, “la fotografía es, sencillamente, un medio de registrar los hechos. Como tal, es un instrumento muy útil en la investigación” debido a que esta describe claramente mejor los hechos.

El libro de “Estilo de El Comercio” se tomó en cuenta para tener una amplia información, acerca del contenido, marco ético, uso del idioma y la publicidad, dichos puntos serán detallados de acuerdo con el libro señalado.

El Contenido

Tratamiento Periodístico de “El Comercio”

El Comercio distingue tres tipos de tratamiento periodístico: el informativo, el subjetivo, el interpretativo. Sin embargo, existen límites entre estos dos últimos.

El periodismo informativo. Constituye la columna vertebral noticiosa del diario “El Comercio”, este exige que se dé el relato de los hechos, con toda fidelidad e imparcialidad que la naturaleza humana permita. A este periodismo se le denomina periodismo objetivo.

El periodismo interpretativo. Aquel que profundiza la noticia explicando los hechos, pero al mismo tiempo no se limita a relatarlos. Es una pieza fundamental del periodismo moderno El Comercio lo propugna.

El periodismo interpretativo no está vedado a ningún redactor de El Comercio, pero el texto ha de ser evaluado detenidamente en cada caso por los respectivos editores, antes de publicarse.

El periodismo subjetivo. Es el de opinión. Se ejerce principalmente en la columna Editorial donde se expresa la posición de los directores

Entretenimiento. En cumplimiento de sus Principios Rectores, El Comercio no vacila en buscar formas entretenidas de informar, es por ello que sus periodistas no tienen por qué sentirse abrumados por el peso de más de 150 años del diario en el que trabajan sino de buscar temas y giros agudos, originales que el lector prefiere.

Preparación. El periodista de El Comercio tiene la responsabilidad de prepararse concienzudamente antes de cubrir una información, es por ello por lo que cuenta con archivos de recortes, la biblioteca y el archivo electrónico.

Edición. Para producir una información de manera concisa, ordenada y entretenida, el periodista de El Comercio, seleccionará y sintetizará los pasajes más importantes de lo que ha obtenido de la fuente y los acomodará para mejor comprensión del lector.

Cobertura Periodística

Función de observador. La misión del periodista y sobre todo del diario El Comercio, es registrar la noticia, interpretarla o comentarla. Asimismo, debe evitar inmiscuirse en ella y menos ser protagonista.

Grabación de la entrevista. El periodista debe utilizar una grabadora o cámara siempre que realice una cobertura.

Marco ético

Derechos y deberes de un periodista de El Comercio.

Derechos: El periodista de El Comercio goza de consideración de la colectividad. Es por ello por lo que debe ejercer su derecho con dignidad y moderación. Sin embargo, cuando se intente conculcar su ejercicio deberá defenderlo con energía.

Deberes: El periodista de El Comercio tiene como deber de brindar la información parcial y verazmente.

Responsabilidad Profesional

El primer responsable de toda información es el periodista, éste tiene que tener un control sobre el fondo y la forma de cuanto redacta. Asimismo, el periodista de El Comercio tiene la responsabilidad hasta después de haberse publicado la información, para ello deberá asegurarse que apareció correctamente.

Control de Calidad: La sección de Control de Calidad de El Comercio sirve de apoyo para impedir que se publiquen errores de forma y fondo.

Tiene las siguientes obligaciones adicionales

Labor Preventiva: Hace un seguimiento de los errores detectados y los comunica a quienes los cometió, y a su jefe inmediato para que no se vuelva a cometer.

Estadística: Se encarga de llevar la estadística de errores por página de información publicada.

El Secreto Profesional

La ley y la jurisprudencia peruanas protegen a los medios de información y a sus periodistas, cuando existen casos en los que se debe mantener el anonimato a las víctimas o a las fuentes que brindaron dicha información. Asimismo, mantener el secreto de la fuente es un deber, y no divulgar la información que no fue publicada es un derecho.

Asistencia Legal

Si el periodista es conminado por un juez u otra autoridad a divulgar la fuente o el contenido de una información no publicada. El Comercio le brindará asistencia legal para su defensa.

Incógnito

El periodista de El Comercio actuar de incógnito, cuando solo sean trabajos de investigación, por ejemplo, el periodista incógnito puede comprar en una farmacia pastillas supuestamente prohibidas.

Derecho a la Intimidad

El libre acceso a la información pública es un derecho que el periodista de El Comercio debe ejercer y hacer cumplir con vigor. Éste tiene sus bases en el precepto constitucional, en el cual según la ley los asuntos del Estado no son privados ni secretos.

Por ello, el manejo de la información sobre lo público, privado e íntimo requiere tino y buen criterio, y como resultado, normas que permitan al periodista aplicar según el caso.

Aquí algunos derroteros

En principio El Comercio no informa sobre la vida íntima sobre la vida íntima de las personas. Cabe resaltar por intimidad la “zona espiritual íntima y reservada de las personas, especialmente de una familia”.

La vida privada de las personas tampoco es, en un principio, publicable. De esta manera se entiende por privado” lo que se ejecuta a vista de pocos, familiar”.

Lo público, en cierta parte está abierto para ser conocido, pero también tiene limitaciones, como por ejemplo los secretos del Estado (los verdaderos no los que así se designan para encubrir malos manejos).

Informaciones Conflictivas

En situaciones conflictivas, como son casos de denuncias, se deben tomar las versiones de todas las partes involucradas.

Una de las mayores causas de rectificación surge cuando injustificablemente se omite comprobar la información con la fuente afectada o con las distintas partes del conflicto.

Agresiones a las Buenas Costumbres

En este delicado tema, El Comercio cuida que sus páginas no acojan informaciones que puedan agredir la moral o las buenas costumbres.

Obscenidad. Es lo que se entiende como ofensivo al pudor, es por ello que no se publica.

Pornografía. Por ningún concepto El Comercio publica informaciones pornográficas.

Truculencia. No se publican textos que sobrecojan o asusten por su morbosidad o exagerado dramatismo.

Expresiones mal sonantes. El Comercio no publica groserías. Provisionalmente podría incluirlas para obtener la claridad y el vigor. En tal caso se publica la palabra malsonante y no sus iniciales, para que no se logre confundir el termino en cuestión.

Palabras despectivas. El Comercio no publica términos ofensivos, es por ello por lo que el periodista deberá tener un cuidado especial en el caso de personas o comunidades.

Otras Restricciones

Información sobre terrorismo

El Comercio trata las noticias relacionadas con el terrorismo como hechos delincuenciales, de esta manera evita servir de resonancia a estos actos.

Menores y Discapacitados

Víctimas de delitos. Cuando se menciona a víctimas de delitos, El Comercio omitirá la identificación de menores de 18 años o de discapacitados mayores sujetos a curatela.

Autores de Delitos. No se publicarán los nombres de menores de 15 años que hayan cometido delitos.

Identificación. No se divulgarán las iniciales de menores o de discapacitados porque estos pueden delatar a la víctima entre sus conocidos y no le brinden ninguna información útil al lector.

Mayores Víctimas de Abuso Sexual. El Comercio no publica los nombres de las víctimas de abuso sexual, ni otro dato de ellas como sus iniciales, para que otras personas no puedan identificarlas.

Detenidos y acusados judicialmente. Por más evidencia que exista sobre la culpabilidad de un acusado, éste no puede hacer asumido como delincuente, hasta que el juez lo sentencie.

Uso del Idioma

La claridad es una de las principales exigencias para un periodista de El Comercio. Si el lector se ve obligado a releer una frase para comprenderla, habremos fracasado.

Una idea por frase

La norma de El Comercio “una idea por frase” debe ser aplicada para evitar textos superpuestos que confundan al lector.

Extensión de las frases y párrafos

En promedio las frases no tendrán más de veinte palabras, sin embargo, el redactor tendrá el libre albedrío de usar frases de distinta expresión para dar a su texto el ritmo requerido.

Palabras Rebuscadas

El Comercio no admite este tipo de redacción por parte de los periodistas, debido a que les resta claridad al estilo que el medio maneja.

Tecnicismos

En el caso inevitable se tenga que utilizar un tecnicismo el medio colocara entre paréntesis su significado.

Extranjerismos

El Comercio evita al máximo el uso de estas palabras, que no existan en castellano, y de no existir el término adecuado en español, se pondrá entre comillas.

Regionalismos

Se de evitar el abuso de estas palabras, y si son empleadas el periodista debe colocarlas entre comillas.

Jerga. Lo vulgar no tiene cabida en El Comercio, sin embargo, se usará siempre que resulte necesario para dar cuenta de una situación determinada.

Uso de la publicidad en El Comercio:

Para El Comercio, no se estila por la línea editorial del medio contar con publicidad en las noticias. Por los aspectos éticos que norman toda la publicidad alcanzada en la publicidad.

Priorización del cómo sobre el hecho

En las noticias presentadas por el medio de comunicación El Grillo, se analizó que dichos diarios tenían una inclinación por brindar detalles acerca de cómo ocurrió la muerte de la víctima, sin embargo, estos no brindaban información útil de como la mujer podría defenderse en una situación de riesgo, incluso si había existido denuncias previas, para así poder brindar al público una mejor comprensión de sus causas culturales, psicológicas, históricas, etc.

“Luego buscó un cable eléctrico y la ahorcó en la cama de su vivienda” (El Nacional, 18 de enero), “En la escena del crimen fueron encontradas una almohada y dos toallas mojadas encima de la cara de la joven” (Listín Diario 4 de enero), “le hizo un disparo, pero ésta salió huyendo y cayó, lo que él aprovechó para hacerle varios disparos delante de su progenitora”(Hoy, 23 de marzo), “decapitó a su mujer y la lanzó próximo a una pocilga donde los cerdos comieron parte de sus restos, y luego se quitó la vida ahorcándose en una mata de guano con una soga de nylon” (El Día, 6 de marzo), “fue encontrado colgando de un árbol en la parte trasera de la vivienda” (Diario Libre, 6 de marzo).

De igual manera sucede con los titulares, el 26% de estos; detallan la coyuntura del asesinato, pero desvían el interés principal de los hechos, dándolo a conocer como un drama social: “Hombre mata a su esposa de 18 puñaladas” (Listín Diario, 15/01/2015), “Hombre ahorca mujer con un cable de electricidad” (El Nacional, 23/01/2015); “Mata ex pareja y se suicida en víspera de San Valentín”.

Sin embargo, Marién Aristy Capitán, jefa de redacción del periódico “Hoy”, señala que la mayoría de las notas publicadas, son enviadas por la Policía Nacional, la cual muchas veces tiende a narrar los hechos ocurridos solo con énfasis en los detalles. Marien afirma que los periodistas deben revisar el material enviado antes de que este sea publicado en el medio, pero en la mayoría del caso esto es omitido por falta de tiempo.

Lenguaje excluyente

El uso exclusivo del masculino genérico para referirnos a las personas, pero al mismo tiempo distorsiona los contenidos de los mensajes, dando mayor preferencia a que se asocie con los hombres y por ende solo se piense en varones”

La prensa invisibiliza a los responsables de los feminicidios

El equipo de El Grillo analizó cinco diarios impresos dominicanos, en dicho análisis se encontró que todas las noticias de feminicidio, los medios emplean oraciones en tiempo verbal pasivo, de tipo “Una mujer fue asesinada” (El Nacional, 3 de febrero), “Una joven fue asesinada a balazos” (Diario Libre, 30 de marzo), “fue degollada” (El Día, 6 de marzo), “fue ultimada” (Hoy, 23 de marzo”).

Cabe resaltar que en la gramática española la “voz pasiva” es utilizada cuando el individuo de la acción es desconocido o se considera que no tiene relevancia. Sin embargo, el tiempo pasivo en los titulares o textos de las noticias sobre feminicidios manifiesta menos importancia a la acción del asesino, y esta recae más sobre la mujer.

Marien Aristy Capitán, jefa de redacción del periódico “Hoy”, señala que tratar la noticia de feminicidio como “voz pasiva” es un vicio arraigado del lenguaje periodístico, pero no que de ninguna manera el medio intenta ocultar la responsabilidad del criminal. En cierta medida lo que plantea la doctora Patricia A. Taus en su libro *La Violencia Ecuménica* desde una perspectiva de género, quien explica: “Las construcciones lingüísticas utilizadas por los medios de comunicación masiva social, las instituciones policiales, judiciales, etc. (...) vacían de contenido la subordinación, el abuso y la violencia constante. Afirma que estos “sí” quitan la responsabilidad del sujeto activo al pasivo. En este sentido no es común redactar la oración ‘Pedro abusó de Ana’, sino más bien ‘Ana fue abusada’ quedando la víctima en primer plano con la introducción de la voz pasiva”

De las noticias analizadas se destaca que el 45% de las notas colocaron la acción sobre la mujer con el uso de la voz pasiva en algún punto de la redacción (en tres casos en el titular).

Moni Pizani jefa regional de ONU Mujeres, en América Latina menos del 10% de feminicidios son condenados judicialmente

Dando como resultado que el lenguaje pasivo si es relevante al momento de redactar la noticia, ya que el asesino, no toma conciencia asumir la responsabilidad de sus actos.

Presentación de motivos “pasionales”

Aun así, más de la mitad de las noticias encontradas atribuyen en los titulares al crimen a razones sentimentales o emocionales: “La mató por celos”, “por motivos pasionales”, “para salvar la honra”, dejando de lado el hecho que todos los feminicidios sin distinción alguna, es producto de una sociedad en la que existe una desigualdad de los dos géneros. Para la doctora colombiana María Victoria Ramírez Martínez (de la organización Corporación Contigo Mujer) sostiene que el feminicidio es un proceso de abusos y maltratos tanto físicos como psicológicos, y estos culminan con la muerte de la mujer, debido a que el asesino cree que ella es de su propiedad y por lo tanto tiene derecho sobre su vida.

A causa de que los medios de comunicación presentan **“razones emocionales”** deja implícita la idea de que el feminicidio solo se trató de un hecho espontáneo, no previsible, y, por lo tanto, muchas autoridades evaden su responsabilidad, en lugar de trabajar en la prevención de estos crímenes, sostienen las corrientes feministas.

Grisbel Medina, coordinadora de la Asociación de Periodistas con Perspectiva de Género, propone que todos los medios de comunicación sean parciales al momento de redactar una noticia “sin escribir excusas, sin justificar. Debemos plasmar la historia completa, citar el contexto, antecedentes. El feminicidio es el último eslabón de una historia de violencia constante. Cuando una mujer es asesinada ya registra un contexto de maltrato. Y quien escribe, los y las periodistas no podemos ser ajenos a la situación”

No obstante, atribuir a los crímenes **“asuntos emocionales”**, no permite ver el fondo de las raíces sociales del drama del feminicidio. Si bien es cierto, las noticias muestran que existe violencia, pero ningún medio de comunicación señala las raíces de esa violencia ni mucho menos cuestiona las estructuras sociales que dan lugar a los feminicidios.

Feminicidios: hacia una cobertura periodística orientada a soluciones

Para el movimiento feminista dominicano los medios de comunicación han avanzado en la contribución de dar a conocer los casos de feminicidio en distintas partes del mundo, especialmente en América Latina, donde es un flagelo constante

en la sociedad. No obstante, se sigue cuestionando la manera de lo medios de comunicación de hacer un tratamiento informativo adecuado, debido a que estos muchas veces solo refuerzan la cultura sexista que da origen a estos crímenes.

Yanira Lara, directora del Patronato de Ayuda a Casos de Mujeres Maltratadas (PACAM); sostiene que “Todos los medios de comunicación sin excepción alguna tienen una responsabilidad social, la cual es luchar y erradicar la violencia contra violencia. Para Yanira Lara es adecuado dejar ciertas doctrinas de lado al momento de redactar noticias; los y las periodistas ponerse al día sobre los nuevos significados que describan de manera adecuada el lenguaje de género. Cabe añadir que todas las noticias solo justifican la violencia machista, y victimizan a la mujer, haciéndola culpable de la situación en la que viven”.

Asimismo, Marién Aristy, jefa de redacción del periódico “Hoy”, manifiesta que el problema de las noticias de feminicidio recurre en las fuentes; que brindan dicha información como es la Policía Nacional, ya que estos muchas veces no tienen el “tino” adecuado al momento de redactar notas, debido a que plasman en ellas sesgos sensacionalistas o sexistas, y son publicadas de esta manera en los distintos medios de comunicación, asimismo el periodista tampoco se toma la molestia de brindar un tratamiento adecuado a la noticia.

Por el contrario, la teniente coronel Amarilis Mejía, encargada de la Oficina de Equidad de Género y Desarrollo (OEGD) de la Policía Nacional, no está de acuerdo sobre el hecho de que la policía envía las notas de manera sensacionalista o sexista, por el contrario, según Amarilis son los medios de comunicación lo que redactan las noticias de esa manera, con el fin de llamar la atención y lograr mayor audiencia. Por esta razón la teniente coronel Mejía, especializada en género y comunicación, reconoce que existe un problema al brindar cobertura a las noticias de feminicidio, y ella manifiesta que se debe realizar capacitaciones de sensibilización, en departamentos de prensa y relaciones públicas de la policía nacional.

Melvin Peña, consultor en comunicación para entidades públicas y privadas manifiesta, que “Lo ideal sería que este tipo de coberturas sea responsabilidad de periodistas con especialización en género. Debido a que no se logra encontrar una

solución para acabar con la violencia, esto ayudaría al medio a diferenciarse de los demás, tomando la iniciativa de contar con periodistas especializados en este de noticias, y de esta manera lograr un buen tratamiento informativo”.

Del mismo modo, Grisbel Medina, coordinadora de la Asociación de Periodistas con Perspectiva de Género, manifiesta que se debe brindar capacitaciones constantes al periodista, y no obstante también a los estudiantes de comunicación social.

Recomendaciones para una cobertura más justa y útil

El Centro de Documentación de Comunicación e Información de la Mujer, A. C. (CIMAC) sostiene, “volver visibles las formas de discriminación en la cobertura del feminicidio es una manera de contribuir a que se genere una nueva cultura de respeto a las mujeres, que permita eliminar para siempre la violencia de género”.

Asimismo, en uno de sus párrafos del Manual de Estilo del Instituto Andaluz de la Mujer, “Cómo tratar bien los malos tratos” aconseja no presentar la agresión como un hecho aislado, sino como el trato discriminatorio de las mujeres por pertenecer a este género, y que violenta sus derechos humanos.

Representación mediática

Asimismo, los medios no sacan a la luz las relaciones de poder que los hombres ejercen sobre las mujeres.

En la televisión y en los tabloides limeños se plasma este hecho de violencia como una orientación hacia el sensacionalismo, el cual brinda mayor importancia a la acción violenta, dramatismo y victimismo, dejando de lado el problema social de violencia contra la mujer.

Asimismo, otro medio de comunicación que no es ajeno a esta problemática es la radio, la cual, al momento de abordar el tratamiento informativo de la noticia, repite algunos vicios informativos emitidos en la televisión. Valencia (2008).

Violencia contra las mujeres

Podemos decir que el principal problema de la violencia contra las mujeres es la cultura machista en la que vive la sociedad y que considera “género débil”. Caudillo (2007) sostiene que el machismo es la significación socio cultural de separar esos dos mundos que en realidad van unidos, y que la cultura separa de forma artificial, a fin de crear distinción entre lo que son los estilos de vida de los hombres y mujeres.

Las distintas ciencias que se encargan de estudiar al dilema de la violencia que aqueja a la sociedad utilizan diferentes planteamientos, pautas e interpretación para un mejor estudio. Entre ellas están:

En salud pública

Los sucesos de violencia en la salud pública se observan de manera universal por el grado de agresión que ha sufrido la víctima, por ejemplo, lesiones físicas consecuencia de la agresión.

En las ciencias del comportamiento

Estudia el comportamiento desde el ámbito del agresor hacia la víctima, para poder entender el comportamiento de dicha violencia.

Punto de vista de la justicia

Esta disciplina se encarga de emitir una sanción al agresor, para de esta manera proteger a la víctima de violencia.

Desde el punto de vista de las Ciencias de la Comunicación

Esta disciplina se encarga de estudiar a la violencia a través de los medios de comunicación, como estos componen los contenidos (análisis de contenido) y la transcendencia que pueden tener en las personas (análisis de los efectos de estos mensajes).

Según Ernesto Della Riva, en su portal web el Rincón Bibliotecario (2009) afirma que, la violencia es una conducta que manifiesta daños físicos o psicológicos a otras personas. Asimismo, Martos (2003) sostiene que “la violencia de género es heredada porque se aprende”

Gutiérrez Castañeda (2004), sostiene que la violencia de género acaba en imposición, repudio, desvalorización o en el peor de los casos en homicidio.

En el Perú existen varias leyes. La Ley de protección frente a la violencia familiar (262620), la cual en el artículo 2 menciona que se infiere por violencia familiar, al daño físico, psicológico e inclusive la muerte de la persona agraviada.

La Organización Mundial de la Salud, añade que la violencia contra las mujeres en el núcleo familiar es la causa primordial de muerte.

Violencia contra la mujer

La Asamblea General de las Naciones Unidas 2006, sostiene que, la violencia de género contra las mujeres es cometida por sus parejas u otros miembros de la familia.

Tipos de violencia

Física: Velázquez (2003) sostiene que la violencia física se manifiesta a través de golpes, patadas, empujones, etc.

Psicológica: Velázquez (2003) añade que la violencia psicológica es aquella que se da con palabras ofensivas y tienen como fin destruir la autoestima de la víctima.

Económica: El atacante trata de dominar a su víctima por medio del dinero para que esta se encuentre sujeta a él.

Social: Velázquez 2003 señala que el agresor siempre querrá mantener aislada a la víctima de su entorno social con el fin que nadie pueda brindarle ayuda ni protección.

Sexual: Alberdi y Matas (2002) sostienen que el agresor ejerce el acto sexual mediante la violencia.

Nacimiento de feminicidio

El feminicidio fue añadido por Marcela Largarde en el libro de Diana Russell co-editado con Jill Radford "Femicide: The politics of women killing". El término de feminicidio surge del asesinato de trescientas trabajadoras en Juárez distrito federal de México.

Diferencias entre el femicidio y el feminicidio

Femicidio: El vocablo femicidio hace mención del deceso de mujeres, por el acto de pertenecer a este género desde la perspectiva penal incorpora el delito de asesinatos simples o calificados.

Feminicidio: El vocablo feminicidio es todo tipo de agresión en contra de las mujeres después de un lapso el cual termina con el asesinato de la víctima por parte del agresor.

Clasificación de feminicidio

El feminicidio íntimo. Son aquellos homicidios en los que la víctima tiene o ha tenido alguna relación con el agresor estos pueden ser enamorados, ex enamorados, novios, convivientes, ex convivientes, casados o divorciados. Con los cuales mantenían una relación sentimental.

El feminicidio no íntimo. Este tipo de homicidio se da cuando el atacante no tenía ninguna relación con la víctima.

Feminicidio infantil: Aquel homicidio que atenta con la vida de una menor de edad.

Feminicidio sexual sistemático: Aquellas muertes a niñas y mujeres, torturadas, violadas y asesinadas cuyo cuerpo no son encontrados.

Feminicidio por ocupaciones estigmatizadas: Son aquellas muertes producidas a féminas por el rol que cumplen en la sociedad.

1.4 Formulación del problema

¿Cómo es el tratamiento informativo del medio digital El Comercio sobre noticias de feminicidio?

1.5 Justificación

Fue transcendental considerar el análisis de tratamiento informativo en los medios digitales como objeto de estudio debido a que permitió una idea de los diferentes criterios y enfoques que se toma en cuenta al momento de plasmar una noticia en

una plataforma virtual. Asimismo, desde el punto teórico, dicha investigación ayudará tanto al medio, como tal futuro profesional de Ciencias de la Comunicación para que tenga una idea precisa de cómo se brinda cobertura al tratamiento informativo sobre noticias de feminicidio en un medio digital.

Desde el punto de vista metodológico, aportara como un modelo de nota informativa una visión clara de cómo los medios digitales brindan cobertura a este tipo de noticias, para que en un futuro se pueda mejorar el tratamiento de cualquier tipo de noticias plasmadas en un medio digital.

1.6 Hipótesis

La investigación no presenta hipótesis debido a que es un estudio de tipo descriptivo cualitativo. Para ello se establecen claramente los objetivos con el fin de validar este proyecto.

1.7 Objetivos

General

Analizar el tratamiento informativo sobre noticias de feminicidio en el medio digital El Comercio en el periodo de enero a setiembre de 2017.

Específicos

Identificar noticias de feminicidio publicadas en el medio digital El Comercio en el periodo de enero a setiembre de 2017

Describir el tratamiento informativo del medio digital El Comercio sobre noticias de feminicidio.

Explicar qué criterios son tomados en cuenta por el medio digital El Comercio al momento de brindar cobertura periodística sobre noticias de feminicidio.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

Para conseguir los resultados de la presente investigación se utilizó el diseño no experimental- descriptiva/simple

Fórmula:

M \Rightarrow **O**

Dónde:

M: Muestra seleccionada del medio digital El Comercio

O: Observación que compromete al medio digital El Comercio

2.2 Variable y Operacionalización de las variables:

Variables

Análisis del tratamiento informativo sobre noticias de feminicidio

Medio digital El Comercio.

Objeto de estudio

Medio digital El Comercio

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Análisis de Tratamiento informativo sobre noticias de feminicidio en el medio digital El Comercio	El tratamiento se refleja en el producto final, que viene hacer la noticia emitida en un medio de comunicación.	Contenido	Criterios en la redacción de la noticia Completa Concisa Clara Concreta <hr/> Componentes de la noticia Antetítulo Título Subtítulo <hr/> Ingreso y publicidad Presenta un anuncio Presenta dos o más anuncios El anuncio ocupa más que la nota periodística <hr/> Lenguaje que emplea el medio Culto Coloquial Vulgar <hr/> Autoría de la noticia Otro medio Periodista Lectores	Nominal (Análisis de guía de observación)

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Análisis de Tratamiento informativo sobre noticias de feminicidio en el medio digital El Comercio	El tratamiento se refleja en el producto final, que viene hacer la noticia emitida en un medio de comunicación.	Tratamiento de noticias de feminicidio El Comercio	Especies periodísticas: Informativo: Nota informativa Interpretativo: Reportaje Crónica Entrevista Opinión: Columna Crítica Artículo <hr/> Fuentes: Por su aporte Personales Documentales Materiales Digitales <hr/> Conocimiento con los hechos Primarias Secundarias <hr/> Grado de Institucionalidad Oficiales No oficiales <hr/> Grado de atribución Identificables o atribuibles Veladas no atribuibles Omitidas o Confidenciales Off the record	Nominal (Análisis de guía de observación)

			Por su profesionalismo Profesionales No profesionales	
VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Análisis de Tratamiento informativo sobre noticias de feminicidio en el medio digital El Comercio	El tratamiento se refleja en el producto final, que viene hacer la noticia emitida en un medio de comunicación.	Parte ética	<ul style="list-style-type: none"> • Valora la información de la violencia en su real dimensión • Da a conocer información sobre las opiniones de expertas (os) • Respeto la dignidad de la víctima y su dolor. • Protege la identidad de la víctima y guardar el anonimato de los lugares donde vive o refugia. • Difunde casos de mujeres que salen de una situación de violencia y logran rehacer su vida. • Realiza el seguimiento de los casos • Facilita información útil Números telefónicos del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables Comisaria Fiscalía Otros	Nominal (Análisis de guía de observación)
		Parte legal	<ul style="list-style-type: none"> • El medio hace referencia a entidades donde pueda acudir alguien que sufra de violencia. • El medio manifiesta las denuncias previas, los procesos judiciales pendientes, así como las órdenes de protección. 	
		Uso de recursos multimedia	La noticia presenta: <ul style="list-style-type: none"> • Hipertexto • Hipervínculo • Incluye fotografías • Incluye videos • Se puede hacer comentarios a las noticias publicadas • Permite compartir el contenido de la noticia a través de las redes sociales. • Permite a los lectores contactar vía correo electrónico con el autor de la noticia. • Cuenta con chat para los usuarios interactúen con el medio. 	

2.3 Población y muestra

a) Población

La población estuvo conformada por el medio digital El Comercio, acerca de noticias sobre feminicidio en el periodo de enero a setiembre de 2017.

b) Muestra

La muestra con la que se trabajó estuvo conformada de 40 noticias de feminicidio del medio digital El Comercio publicadas de enero a setiembre de 2017.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Técnicas de recolección de datos.

Para la recolección de datos de la presente investigación, se utilizó la guía de análisis de contenido, mediante esta técnica se pudo analizar el contenido informativo de las noticias de feminicidio del medio digital El Comercio.

Instrumento de recolección

Guía de análisis de observación.

Validación

El instrumento fue validado por especialistas y expertos en el tema.

2.5 Métodos de análisis de datos

En la investigación se trabajó con el contenido de 40 noticias de feminicidio del medio digital El Comercio, el periodo escogido fue de enero a setiembre de 2017, asimismo se elaboró 40 guías de análisis de contenido, una guía para cada noticia. Además, por cada guía se dará un resumen de los datos obtenidos en cada noticia.

2.6 Aspectos éticos

- La investigación presentada es original no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- Se han citado debidamente los nombres de las personas para que se respete los derechos de autor.

- Será utilizada para fines académicos.
- Los resultados expuestos fueron reales no adulterados o creados.

III RESULTADOS

Resultados encontrados en la Guía de observación

Tabla N°01

CONTENIDO		
Redacción de la noticia del medio digital El Comercio		
	Frecuencia	Porcentaje
Completa	1	1%
Concisa	20	52%
Clara	3	7%
Concreta	16	40%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Guía de observación)

Descripción: Como resultado se puede evidenciar en la tabla, que de las 40 noticias analizadas del medio digital El Comercio sobre feminicidio, en cuanto al contenido de la redacción de la noticia, se evidencio que el 52% presenta una redacción concisa, el 40% es concreta, el 7% es clara, y solo el 1% es completa.

Tabla N° 02

CONTENIDO		
Componentes de la noticia del medio digital El Comercio		
	Frecuencia	Porcentaje
Antetítulo	0	0%
Título	40	100%
Subtítulo	40	100%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Guía de observación)

Descripción: Se puede evidenciar en la tabla que de las 40 noticias analizadas del medio El Comercio sobre feminicidio, el 100% de ellas presentó título y subtítulo, y ninguna noticia antetítulo.

Tabla N° 03

CONTENIDO				
Ingreso y publicidad del medio digital El Comercio				
	SI	NO	Frecuencia	Porcentaje
Presenta un anuncio	0	40	40	100 %
Presenta dos o más anuncios	0	0	0	0%
El anuncio ocupa más espacio que la nota periodística	0	0	0	0%
TOTAL		40	40	100%

Fuente: (Guía de observación)

Descripción: Se puede evidenciar en la tabla, que de las 40 noticias analizadas del medio El Comercio sobre feminicidio, en cuanto contenido de ingreso y publicidad, el 100% de la noticia no presentó ningún anuncio publicitario en sus noticias.

Tabla N°04

CONTENIDO		
Lenguaje que emplea el medio digital El Comercio		
	Frecuencia	Porcentaje
Culto	40	100%
Coloquial	0	0%
Vulgar	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Guía de observación)

Descripción: Se puede evidenciar en la tabla que de las 40 noticias analizadas del medio digital El Comercio sobre feminicidio, referente al contenido del lenguaje, el 100% es culto.

Tabla N° 05

CONTENIDO		
Autoría de la noticia del medio digital El Comercio		
	Frecuencia	Porcentaje
Otro Medio	8	15%
Periodista	32	85%
Lectores	0	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Guía de observación)

Descripción: Se puede evidenciar en la tabla que de las 40 noticias analizadas del medio digital El Comercio sobre noticias de feminicidio, en cuanto al contenido, autoría de la noticia, el 85% es autoría del periodista del medio digital, el 15% provienen de otro medio, no se registró ninguna noticia proveniente de los lectores.

Tabla N° 06

TRATAMIENTO DE NOTICIAS DE FEMINICIDIO DEL MEDIO DIGITAL EL COMERCIO		
Especies periodísticas		
	Frecuencia	Porcentaje
Informativo Nota informativa	40	100%
Interpretativo Reportaje	0	0
Crónica	0	0
Entrevista	0	0
Opinión Columna	0	0
Crítica	0	0
Artículo	0	0
Editorial	0	0
TOTAL	40	100%

Fuente: (Guía de observación)

Descripción: En los resultados de la tabla se puede observar que, en relación con el tratamiento informativo de las noticias, en las especies periodísticas empleadas con más frecuencia, son las son notas informativas con el 100%.

Tabla Nº 07

TRATAMIENTO DE NOTICIAS DE FEMINICIDIO DEL MEDIO DIGITAL EL COMERCIO		
Fuentes que emplea el medio digital		
	Frecuencia	Porcentaje
Por su aporte		
Personales	33	89%
Documentales	0	0%
Materiales	3	5%
Digitales	4	6%
TOTAL	40	100%
Conocimiento con los hechos		
Primarias	39	99%
Secundarias	1	1%
TOTAL	40	100%
Grado de Institucionalidad		
Oficiales	39	99%
No oficiales	1	1%
TOTAL	40	100%
Grado de atribución:		
Identificables o atribuibles	40	100%
Veladas no atribuibles	0	0%
Omitidas o Confidenciales	0	0%
Off the record	0	0%
TOTAL	40	100%
Por su profesionalismo		
Profesionales	5	13%
No profesionales	35	88%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Guía de observación)

Descripción: En los resultados de la tabla se puede observar que, en relación con el tratamiento informativo de las noticias, con respecto al tipo de fuentes que son empleadas por los periodistas del medio digital El Comercio, según su aporte el 89% de las fuentes son personales, seguido de 6% digitales y 5% materiales. Asimismo, con relación al conocimiento con los hechos el 99% de estas son primarias, y solo 1% son secundarias. De acuerdo de institucionalidad, el 99% de estas fuentes son oficiales, y solo 1% proviene de una fuente no oficial. Además, según el grado de atribución, el 100% de las fuentes son identificables o atribuibles. Y finalmente de acuerdo con el grado de profesionalismo, el 99% de las notas son fuentes profesionales, mientras que solo el 1% no profesional.

Tabla Nº 08

TRATAMIENTO DE NOTICIAS DE FEMINICIDIO DEL MEDIO DIGITAL EL COMERCIO		
Uso del idioma		
Una idea por frase	Frecuencia	Porcentaje
SI	28	70%
NO	12	30%
TOTAL	40	100%
Palabras Rebuscadas	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	40	100%
TOTAL	40	100%
Tecnicismos	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	40	100%
TOTAL	40	100%
Extranjerismos	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	40	100%
TOTAL	40	100%
Regionalismo	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%

NO	40	100%
TOTAL	40	100%
Jerga	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	40	100%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Guía de observación)

Descripción: Los resultados de la tabla, muestran que el 70% de las notas utilizan “una idea por frase”, mientras que el 30% no. También se evidencio que el medio digital El Comercio, no utiliza palabras rebuscadas, ni tecnicismos, ni extranjerismos, ni regionalismos, ni tampoco jergas.

Tabla N° 09

Tratamiento de noticias de feminicidio del medio digital El Comercio		
Presenta a las noticias de feminicidio, atribuyendo a sus titulares razones “sentimentales o emocionales”	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	40	100 %
TOTAL	40	100%
Utiliza oraciones de “voz pasiva” al momento de redactar la noticia de feminicidio, dando así menos relevancia al crimen.	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	40	100%
TOTAL	40	100%
El medio hace referencia a un lenguaje sexista en la noticia de feminicidio	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	40	100%
TOTAL	40	100%
Utiliza adjetivos que victimizan a la imagen de la mujer	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	40	100%
TOTAL	40	100%
Utiliza adjetivos que justifican al agresor	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%

NO	40	100%
TOTAL	40	100%
Muestra imágenes escabrosas que alienten el morbo, y hagan de la violencia contra las mujeres un espectáculo	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	40	100%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Guía de observación)

Descripción: En los resultados de la tabla se puede observar que, en relación con el tratamiento informativo de las noticias, el 100% de las notas no atribuye razones “sentimentales o emocionales” en los títulos, asimismo en ninguna noticia tampoco se evidencio un lenguaje de “voz pasiva”, además se logró evidenciar que en las noticias no se aprecia ningún contenido sexista hacia la víctima. Se puede evidenciar también que el medio digital no utiliza, ningún tipo de lenguaje que victimicen a la mujer, y tampoco utiliza adjetivos que justifiquen al agresor. Y finalmente, en la tabla se puede observar que no muestra imágenes que hieran la susceptibilidad de los lectores.

Tabla Nº 10

TRATAMIENTO DE NOTICIAS DE FEMINICIDIO DEL MEDIO DIGITAL EL COMERCIO		
Parte ética		
Valora la información de la violencia en su real dimensión	Frecuencia	Porcentaje
SI	32	80%
NO	8	20%
TOTAL	40	100%
Brinda información sobre las opiniones de expertas (os)	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	5%
NO	35	95%
TOTAL	40	100%
Respetar la dignidad de la víctima y su dolor	Frecuencia	Porcentaje
SI	40	100%
NO	0	0%
TOTAL	40	100%
Proteger la identidad de la víctima y guardar el anonimato de los lugares donde vive o refugia	Frecuencia	Porcentaje

SI	5	5%
NO	35	95%
TOTAL	40	100%
Difundir casos de mujeres que salen de una situación de violencia y logran rehacer su vida	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	40	100%
TOTAL	40	100%
Realizar el seguimiento de casos	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	5%
NO	38	95%
TOTAL	40	100%
Facilita información útil	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	40	100%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Guía de observación)

Descripción: Los resultados en la tabla en relación con la parte ética, el 80% si valora la información de la violencia en su real dimensión, y el 20% no. Asimismo, el 95% no hace referencia a expertos en las noticias, mientras que el 5% si toma en cuenta opiniones de expertos. Asimismo, se puede evidenciar que el medio si respeta el dolor. Además, en relación con el tratamiento, el 95% no protege la identidad de la víctima y guardar el anonimato de los lugares donde vive o refugia debido a que son mayores de edad, mientras que el 5% sí porque en algunos feminicidios son menores de edad. Cabe señalar de acuerdo con la información de la tabla el medio digital en ninguna de sus noticias difundió casos de mujeres que salen de alguna situación de violencia. Además, se identifico en las noticias analizadas que en el 95% no realiza un seguimiento a los casos de feminicidio hacía el asesino, mientras que el 5% sí debido a la relevancia que ha tenido dicha noticia. Y finalmente el medio no facilita información adicional, como números telefónicos donde alguna mujer que sufra de violencia pueda llamar.

Tabla N° 11

TRATAMIENTO DE NOTICIAS DE FEMINICIDIO DEL MEDIO DIGITAL EL COMERCIO		
Parte legal		
El medio hace referencia a entidades donde pueda acudir alguien que sufre de violencia	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	8%
NO	37	93%
TOTAL	40	100%
El medio manifiesta las denuncias previas, los procesos judiciales pendientes, así como las órdenes de protección	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	5%
NO	38	95%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Guía de observación)

Descripción: Los resultados de la tabla en relación con la parte legal. El 93% no hace referencia a entidades donde pueda acudir alguien que sufre de violencia, y solo el 8% si manifiesta esa información. Asimismo, el 95% no manifiesta ningún tipo de denuncias previas debido a que muchas veces la víctima no denuncia a su agresor, y el 5% si manifiesta esta información, porque la víctima denunció al agresor.

Tabla N° 12

TRATAMIENTO DE NOTICIAS DE FEMINICIDIO DEL MEDIO DIGITAL EL COMERCIO		
Uso de recursos multimedia del medio digital El Comercio		
Hipertexto	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	8%
NO	37	93%
TOTAL	40	100%
Hipervínculo	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	40	100%
TOTAL	40	100%
Incluye fotografías	Frecuencia	Porcentaje
SI	36	90%
NO	4	10%
TOTAL	40	100%

Incluye videos	Frecuencia	Porcentaje
SI	17	41%
NO	23	59%
TOTAL	40	100%
Se pueden hacer comentarios a las noticias publicadas.	Frecuencia	Porcentaje
SI	40	100%
NO	0	0%
TOTAL	40	100%
Permite compartir el contenido de la noticia a través de las redes sociales	Frecuencia	Porcentaje
Facebook		
Si	40	100%
No	0	0%
TOTAL	40	100%
Twitter	Frecuencia	Porcentaje
SI	40	100%
NO	0	0 %
TOTAL	40	100%
Google	Frecuencia	Porcentaje
SI	40	100%
NO	0	0%
TOTAL	40	100%
Permite a los lectores contactar vía correo electrónico con el autor de la noticia	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	40	100%
TOTAL	40	100%
Cuenta con chat para que los usuarios interactúen con el medio.	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	40	100%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Guía de observación)

Descripción: Como se puede observar en la presente tabla. El 93% no contiene hipertexto, y el 8% no. El medio digital no utiliza en sus noticias hipervínculos. Asimismo, en relación con el uso de fotografías en las noticias se evidencia que el 90%

si incluye este tipo de recurso multimedia, mientras que el 10% no, en relación con videos, el 41% de las noticias si incluye videos y el 59% no cuenta con este recurso. Además, se puede evidenciar que el medio si permite a los usuarios comentar las publicaciones en todas las noticias, asimismo también se puede compartir la noticia a través de las redes sociales, como Facebook, Twitter y Google. El medio utiliza estos recursos como una forma de interactuar con los lectores, pero como se evidencia en la tabla no cuenta con chat para que los usuarios interactúen, asimismo tampoco permite contactar con el medio vía correo electrónico

Noticias de feminicidio: Enero – Setiembre 2017

Tabla N°01

Meses	Frecuencia	Porcentaje
Enero	5	13%
Febrero	5	13%
Marzo	3	8%
Abril	3	8%
Mayo	3	8%
Junio	9	23%
Julio	6	11%
Agosto	1	3%
Setiembre	5	13%
TOTAL	40	100%

Descripción: Se puede observar en la tabla que, de las 40 noticias registradas en los meses de enero a setiembre de 2017, el índice más alto de muertes hacia las mujeres se dio en el mes de junio con el 23% y el porcentaje más bajo lo registró el mes de agosto con el 3%.

Ámbito de la noticia mensual

Tabla N°02

Meses	Frecuencia			Porcentaje
	Local	Nacional	Internacional	
Enero	0	5	0	13%
Febrero	2	2	1	13%
Marzo	0	3	0	8%
Abril	0	3	0	8%
Mayo	1	0	2	8%
Junio	0	9	0	23%
Julio	2	4	0	11%
Agosto	0	1	0	3%
Setiembre	0	5	0	13%

	Frecuencia	Porcentaje
Local	5	4%
Nacional	32	94%
Internacional	3	2%

Descripción: Como resultado se puede evidenciar en las tablas que a modo general el 94% de las noticias pertenecen al ámbito nacional, el 4% local, y 2% internacional.

Número de párrafos que comprende la noticia de feminicidio

Tabla N°03

N.º de párrafos	Frecuencia	Porcentaje
Dos párrafos	0	0%
Tres párrafos	0	0%
Cuatro párrafos	0	0%
Cinco párrafos	40	100%

Descripción: Se puede observar en la tabla que el número de párrafos, que contiene las noticias de feminicidio el 100% estuvo compuesta por cinco párrafos.

En cuantos párrafos el medio digital El Comercio, habla de cómo murió la víctima de feminicidio

Tabla N°04

N.º de párrafos	Frecuencia	Porcentaje
Dos párrafos	25	45%
Tres párrafos	15	55%
Cuatro párrafos	0	0%
Cinco párrafos	0	100%

Descripción: Como resultado se puede evidenciar en la tabla, que el 45% donde el medio manifiesta de cómo murió la víctima, consta de dos párrafos, y el 55% comprende tres párrafos.

Relación que mantenía víctima y agresor

Tabla N°05

	Frecuencia	Porcentaje
Enamorados	11	10%
Ex enamorados	5	8%
Convivientes	20	80%
Ex Convivientes	4	2%
Casados	0	0%
Divorciados	0	0%
TOTAL	40	100%

Descripción: Se puede observar en la tabla que la relación que mantenía víctima y agresor, en el 80% de los casos eran convivientes, el 10% enamorados, el 8% ex enamorados, y el 2% ex convivientes.

Razones que expresó el agresor

Tabla N°06

	Frecuencia	Porcentaje
Celos	23	85%
Infidelidad	12	10%
Resistencia para continuar con la relación	5	5%
TOTAL	40	100%

Descripción: Los resultados de las tablas muestran que, de las 40 noticias observadas, la razón que expresó el agresor para asesinar a la víctima de feminicidio, el 85% fue por celos, el 10% infidelidad, y el 5% resistencia a continuar la relación.

Forma de feminicidio

Tabla N°07

	Frecuencia	Porcentaje
Asfixiada	23	80%
Acuchillada	5	8%
Baleada	3	2%
Envenenada	0	0%
Golpeada	9	10%
TOTAL	40	100%

Descripción: Se puede evidenciar en la tabla que las 40 noticias observadas del medio digital El Comercio, la forma de feminicidio en la que el asesino mató a su víctima, el 80% de los casos fue por asfixia, el 10% golpeada, el 8% fue acuchillándola, y el 2% baleada.

Número de otras noticias publicadas en medio digital El Comercio

Tabla N°08

Secciones	Porcentaje
Opinión	85%
Política	100%
Mundo	75%
Economía	90%
Lima	90%

Descripción: Se puede evidenciar en la tabla que, en relación con noticias de feminicidio, en las secciones que tiene el medio digital El Comercio, el 100% son noticias con relación a política, seguido de economía y Lima con 90%, asimismo el medio también cuenta con secciones de opinión que tiene un 85% y finalmente mundo que son noticias en general con un 75%

IV DISCUSIÓN

En relación con el objetivo específico que refiere: Identificar noticias de feminicidio publicadas en el medio digital El Comercio en el periodo de enero a setiembre de 2017, se evidencio que el medio digital, al no ser un medio de comunicación sensacionalista, no cuenta con una sección de noticias policiales, en donde se publiquen con notoriedad noticias de feminicidio. Es así como en el transcurso de la investigación se logró obtener 40 noticias de feminicidios, en el transcurso de nueve meses. En base a la teoría gatekeeper de la investigación realizada. El Comercio no publica constantemente este tipo de noticias, debido a que existe una persona especializada y encargada de verificar que información es importante publicar tanto en el medio digital como en el periódico, ya que muchas veces el contenido de algunas noticias que son publicadas en el periódico no tiene relevancia en el medio digital.

En el trabajo de investigación se obtuvo los resultados de las noticias de feminicidio mensualmente publicadas por el medio digital El Comercio. Se evidencio con relación a los meses de enero, febrero y setiembre, una frecuencia de 5 noticias por mes, obteniendo en porcentaje del 13%. Asimismo, en los meses de marzo y mayo se evidencio una frecuencia de 3 noticias en cada mes, obteniendo un porcentaje del 6%. Del mismo modo en abril, hubo una frecuencia de 3 notas, con un porcentaje de 8%. Asimismo, en julio, se obtuvo una frecuencia de 6 noticias, con un porcentaje del 15%, respectivamente en agosto, una frecuencia de 1 noticia, dando como porcentaje el 3%. Y finalmente de acuerdo con las noticias analizadas en los nueve meses, el mes con mayor número de noticias de feminicidio fue junio, con una frecuencia de 9 notas, dando como porcentaje el 23% (ver tabla de resultados N°01). Asimismo, El Código de la Ética de la Federación de Periodistas del Perú (FPP), capítulo VI, artículo 9, contempla que “La noticia es un bien público más que un factor de orden económico. Ha de valer por su contenido y por su forma de expresión. No tiene equivalencia de tipo comercial”

En relación con el objetivo específico que refiere: Describir el tratamiento informativo del medio digital El Comercio sobre noticias de feminicidio. En relación con el tratamiento informativo, los resultados obtenidos en las 40 guías de observación sobre el contenido en la redacción de la noticia, el 52% de 20 noticias demostró que la noticia es concisa, el 40% de 16 noticia la noticia es concreta, el

7% de 3 noticias es clara, y finalmente 1% de 1 nota es concreta (ver tabla de resultados N°01). Asimismo, para Martínez de Sousa (1992) para el autor el tratamiento informativo se refiere como la “manera peculiar de ofrecer una información. (Es decir, aplicación a esta de la forma más adecuada para presentarla al lector: encuesta, entrevista, informe, reportaje, editorial, etc.). Es por ello por lo que Moles, citado por Martínez (1993), define a la noticia como un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo.

En cuanto a los componentes de la noticia según el tratamiento informativo de las guías de observación de las 40 noticias, el 100% de todas las notas de feminicidio contiene títulos y subtítulos, y ninguna, 0% antetítulo (ver tabla de resultados N°02)

Asimismo, algunos autores manifiestan que, los titulares de las noticias más importantes se sitúan en la portada, mientras que el resto se localizan en las partes interiores, el cuerpo (tamaño) de las letras está en consonancia con la importancia de la noticia.

En la investigación del tratamiento informativo, en el ingreso y publicidad, las 40 guías de observación, de las noticias de feminicidio, dio como resultado que el 100% de la nota no contiene ningún tipo de anuncio publicitario en su plataforma virtual (ver tabla de resultado N°03). En cuanto al lenguaje que emplea el medio 100 % de las noticias son redactadas en un lenguaje culto. Asimismo, en relación con la autoría de la noticia el 55% de 22 noticias proviene de otro medio, 45 % de 18 notas del periodista, y ninguna 0% de los lectores. (ver tablas de resultados N°04 y 05)

En relación con el tratamiento informativo de las especies periodísticas el 100% de todas las noticias de feminicidio fueron notas informativas publicadas en el medio digital El Comercio (ver tabla de resultados N°06), es por ello por lo que Martínez (1994) añade que las especies periodísticas es aquella forma de creación poéticas relacionada con temas de la actualidad y difundida por los distintos medios de comunicación.

En cuanto al tratamiento informativo de las fuentes del medio digital El Comercio, según su aporte, el 89% de 33 noticias fueron fuentes personales, el 6% de 4

noticias digitales, el 5% de 3 noticias materiales, y ninguna 0% materiales. Asimismo, Paz (2009) señala que en el ámbito local una característica destacable en el tratamiento informativo es que en su mayoría los responsables de producir informaciones periodísticas diarias no reparan a fondo en el trabajo de fuentes informativas y actores involucrados de un hecho.

Asimismo, el tratamiento informativo de las fuentes en cuanto con el conocimiento de los hechos 99% son fuentes primarias y 1% fuentes secundarias. Del mismo modo según el grado de institucionalidad las son el 99% oficiales y 1% no oficiales. En cuanto al grado de atribución las fuentes del medio El Comercio, el 100% son identificables y atribuibles. Y por su profesionalismo el 88% de fuentes no profesionales y el 13% profesionales. (ver tablas de resultado N°07).

En la investigación, en relación con el tratamiento informativo, del uso del idioma de las 40 guías de observación, el 70% de 28 noticias de feminicidio si utilizan una idea por frase, y el 30% de 12 noticias no lo hacen. Seguido de 100% de las notas publicadas de feminicidio no utiliza palabras rebuscadas al momento de redactar la noticia. Asimismo, el 100% de las notas analizadas en la guía de observación, no utiliza tecnicismos, extranjerismos, regionalismos, ni jergas (ver tablas de resultado N°08).

En cuanto al tratamiento informativo, el 100% de las 40 noticias de feminicidio no presenta en sus titulares "razones sentimentales o emocionales". Del mismo modo Grisbel Medina, coordinadora de la Asociación de Periodistas con Perspectiva de Género, propone que todos los medios de comunicación sean parciales al momento de redactar una noticia "sin escribir excusas, sin justificar. Debemos plasmar la historia completa, citar el contexto, antecedentes. El feminicidio es el último eslabón de una historia de violencia constante. Cuando una mujer es asesinada ya registra un contexto de maltrato. Y quien escribe, los y las periodistas no podemos ser ajenos a la situación"

En relación si el medio utiliza una "voz pasiva" al momento de redactar la noticia el 100% de las noticias de feminicidio no incluye un tiempo verbal pasivo. Es por ello por lo que en la en la gramática española la "voz pasiva" es utilizada cuando el individuo de la acción es desconocido o se considera que no tiene relevancia. Sin

embargo, el tiempo pasivo en los titulares o textos de las noticias sobre feminicidios manifiesta menos importancia a la acción del asesino, y esta recae más sobre la mujer. Asimismo, en relación si el medio utiliza un lenguaje sexista al momento de redacta la noticia el 100% de las noticias, no hace referencia a un lenguaje sexista en la redacción de la noticia de feminicidio. (ver tabla de resultados N°09).

En la investigación, en cuanto al tratamiento informativo, de las 40 noticias analizadas el 100% no utiliza adjetivos que victimizan a la mujer. Sin embargo, Marién Aristy, jefa de redacción del periódico “Hoy”, manifiesta que el problema de las noticias de feminicidio recurre en las fuentes; que brindan dicha información como es la Policía Nacional, ya que estos muchas veces no tienen el “tino” adecuado al momento de redactar notas, debido a que plasman en ellas sesgos sensacionalistas o sexistas, y son publicadas de esta manera en los distintos medios de comunicación, asimismo el periodista tampoco se toma la molestia de brindar un tratamiento adecuado a la noticia (ver tablas de resultados N°09)

En cuanto al tratamiento informativo, el 100% de las noticias no utiliza adjetivos que justifiquen al agresor. Asimismo, el medio El Comercio el 100% de sus noticias referente a temas de feminicidio, no muestra imágenes escabrosas que alienten al morbo y hagan de la violencia contra las mujeres un espectáculo (ver tablas de resultados N°09)

. En la investigación, en cuanto a la parte ética El Comercio el 80% si valora la información de la violencia en su real dimensión, y el 20% no, debido a falta de tiempo para el contraste de fuentes. En relación si el medio da a conocer información sobre las opiniones de los expertos, el 95% no lo hace, y el 5% si, siempre y cuando la noticia sea un hecho impactante. En la investigación si el medio respeta la dignidad de la víctima y su dolor, el 100% de las notas si cumple con este ítem (ver tabla de resultados N.º 10).

Asimismo, en relación si el medio protege la identidad de la victima de feminicidio y guarda el anonimato de los lugares donde vive o refugia, el 95% no protege debido a que mucha de ellas tiene la mayoría de edad y los datos proporcionados sobre su muerte son por fuentes cercanas a la víctima 5% si protege la identidad por lo que son menores de edad (ver tabla de resultados N.º 10).

En la investigación, en cuanto a la parte ética de difundir casos de mujeres que salen de una situación de violencia y logran rehacer su vida, el 100% de las noticias publicadas por el medio El Comercio no difunde ningún tipo de casos de sobresalientes en casos de violencia, igualmente en relación si el medio realiza seguimiento de casos de feminicidio, el 100% no realiza ningún tipo de seguimiento debido a que El Comercio por ser un diario serio no cae en lo vulgar de tratar como espectáculo a una noticia. Además, en relación con el tratamiento de la parte ética, el medio facilita información útil como por ejemplo brindar números telefónicos de asistencia a víctimas que sufren de violencia, el 100% de noticias sobre feminicidio el medio no brinda dicha información, debido a que su línea editorial no lo estiliza en su redacción (ver tabla de resultados N.º 10).

En la investigación, en relación con la parte legal del tratamiento de noticias de feminicidio del medio digital El Comercio, si éste hace referencia a entidades donde pueda acudir alguien que sufre de violencia, el 100% de las noticias sobre feminicidio, no manifiesta en su redacción alguna entidad donde víctimas de violencia puedan acudir. Asimismo, en la parte legal si el medio manifiesta denuncias previas, los procesos judiciales pendientes, así como las órdenes de protección, el 95% de las noticias de feminicidio no manifiesta antecedentes de los asesinos y agresores, que han sido denunciados por su víctima, y en muchos casos no cuenta el medio con esta información, debido a que las víctimas en su mayoría por miedo no hacen denuncias previas, el 5% si hace referencia a este ítem, siempre y cuando sea un suceso impactante de caso de feminicidio, y existan fuentes donde verifiquen dicha información (ver tabla de resultados N.º 11).

En cuanto al uso de recursos multimedia del medio digital El Comercio, si contiene en sus noticias hipertexto o hipervínculo, el 93% no contiene hipertexto, y el 8% si hace uso de este recurso multimedia, igualmente con relación al hipervínculo, el 100% de las noticias no contiene este recurso. Asimismo, el uso de fotografías y videos, el 90% de las noticias si contiene fotografías en sus noticias, mientras el 10% no, igualmente en video solo 41% si contiene este recurso, mientras el 59% no, caso opuesto en el recuso del uso de multimedia de fotografías, esto se debe en su mayoría resulta “más pesado” poder subir videos en una plataforma virtual (ver tabla de resultados N.º 12).

En la indagación del uso de recursos multimedia del medio digital El Comercio, en las noticias publicadas se pueden hacer comentarios y poder compartirlos en las redes sociales, el 100% si cuenta con esta opción de publicar y compartir las noticias en Facebook, Twitter, Google. Asimismo, en relación si el medio digital permite a los lectores contactar vía correo electrónico o un chat para que ellos puedan interactuar con el periodista, el 100% no cuenta con ninguna de estas opciones en su plataforma virtual (ver tabla de resultados N.º 12)

En relación con el objetivo específico que refiere: Explicar qué criterios son tomados en cuenta por el medio digital El Comercio al momento de brindar cobertura periodística sobre noticias de feminicidio. En la entrevista realizada al periodista de El Comercio Johnny Arauzo manifestó cuatro criterios tomados en cuenta, los cuales son; la verificación de las fuentes en todo momento, y más aún cuando está implica la muerte de alguna persona, como es el caso de noticias sobre feminicidio, según el periodista manifiesta que es uno de los primeros criterios al momento de publicar dicha noticia tanto sea en el periódico como en la plataforma virtual. Asimismo, para el periodista otro criterio tomado en cuenta por el medio son los titulares que van en la noticia, donde tienen el “tino” necesario para no plasmar titulares con razones sentimentales o emocionales, de las cuales se habló en el segundo objetivo, y el medio digital El Comercio si cumple con el requerimiento de no publicar este tipo de títulos en su noticias, información que ha sido respaldada en la entrevista realizada al periodista ,asimismo también expreso que el medio jamás utiliza adjetivos que justifiquen al agresor o victimicen a la víctima de feminicidio, debido a que no es un medio de comunicación sensacionalista que plasma en sus noticias contenidos denigrando la imagen de la mujer con titulares escándalos que solo alientan el morbo. Otro de los criterios tomado en cuenta por el medio en relación con el uso de recursos multimedia, es la multimedialidad que son las fotos publicadas en las noticias de feminicidio, el periodista explica el riguroso cuidado de las fotos, debido a cuestiones de ética y por respeto al dolor de los familiares, no se muestran imágenes escabrosas que hieran la susceptibilidad, y en contra de la línea editorial del medio El Comercio. Y finalmente el último criterio, pero no menos importante para el periodista, es el impacto que tiene la noticia de feminicidio en la sociedad, según él, no solo se trata de publicar una noticia de

feminicidio, sino brindar una reflexión a las personas que leen las noticias, y puedan ayudar a las mujeres que se encuentran en ambientes de violencia.

Con relación al objetivo general: Analizar el tratamiento informativo sobre noticias de feminicidio en el medio digital El Comercio en el periodo de enero a setiembre de 2017; se logró conocer la tarea que realiza el medio con relación al tratamiento informativo. Gracias al primer objetivo específico se pudo identificar 40 noticias de feminicidio (ver tabla de resultados N°01 noticias de feminicidio). Y con este número de noticias publicadas de enero a setiembre de 2017 se logró describir como era el tratamiento informativo del medio digital El Comercio. Asimismo, también se evidenció que las notas si cuentan con inserciones a las redes sociales, y se limitan a un elemento multimedia, la de una imagen, con la finalidad de dar una mayor extensión a la noticia de feminicidio.

Dentro del trabajo de investigación se realizó entrevistas al periodista Jhonny Arauzo de El Comercio y al periodista Eldel Villanueva del Satélite para comparar el tratamiento informativo de noticias de feminicidios. Se obtuvo que ambos medios por pertenecer a líneas editorial distintas plasman de manera diferente las noticias.

Según Eldel Villanueva periodista del Satélite, la importancia que tiene el tratamiento informativo de noticias de feminicidio, es subjetiva, debido a que es un medio de comunicación sensacionalista, para el periodista esto se debe al público al que va dirigida la información, el cual es un sector C y D.

Sin embargo, para el periodista Jhonny Aurazo de El Comercio, es muy importante hacer un adecuado tratamiento informativo de las noticias de feminicidios, debido a que no solo es el hecho de las mujeres muertas a manos de sus parejas, sino el trasfondo de cual es la causa principal que conlleva al feminicidio, que es un flagelo latente en la sociedad peruana.

Asimismo, en la entrevista realizada para ambos periodistas, acerca de cuál es la prioridad que tienen las noticias de feminicidio para ser publicadas en el medio de comunicación. Según el periodista del Satélite, todas las noticias de violencia contra la mujer, y sobre todo si esto conlleva a un feminicidio son publicadas sin excepción alguna en la sección policiales, por su parte para el periodista de El Comercio, no todas las noticias de feminicidio son publicadas en el medio tanto físico como virtual

debido a que no cuenta con sección policiales, y según el periodista para que la noticia sea publicada tiene como prioridad de ser una noticia de ámbito nacional, que conlleve a una investigación de fondo.

V CONCLUSIÓN

Con los datos presentados, obtenidos a través de los instrumentos empleados, se logró describir el tratamiento informativo de las noticias de feminicidio del medio digital El Comercio, asimismo se llegó a la conclusión que, por ser un medio de comunicación de prestigio, trata de hacer un tratamiento informativo acorde con su línea editorial.

Con los datos mostrados en la investigación se concluye que:

1. Noticias de feminicidio publicadas en el medio digital El Comercio en el periodo de enero a setiembre de 2017

En el transcurso de la investigación se identificó 40 noticias de feminicidio, en los meses de enero a setiembre de 2017. Esto nos brinda una idea que el medio no publica constantemente en su plataforma virtual este tipo de noticias, esto se debe en parte según el periodista entrevistado de El Comercio, que no existe unas secciones policiales donde se abarca ese tipo de noticias. Asimismo, las noticias abarcadas son en su mayoría de ámbito nacional con el 94% de notas informativas, centrándose en distintas partes del Perú

2. Describir el tratamiento informativo del medio digital El Comercio sobre noticias de feminicidio.

No se manifiesta en las noticias de feminicidio, opiniones de expertos como sociólogos, abogados, psicólogos que ayuden a brindar información adicional respecto al tema, de la misma manera se observó en las noticias que el medio no brinda información de números telefónicos del ministerio de la mujer y poblaciones vulnerables, ni comisarias, tampoco de alguna ONG, al brindar esta información adicional en las noticias, se podría orientar mejor a las mujeres que sufran violencia.

No se da un seguimiento de los casos de feminicidio, cuando el agresor es encarcelado, tampoco se manifiesta las denuncias previas o procesos

judiciales, al brindar esta información como parte de la noticia, los lectores podrían saber si la policía, el ministerio público, están cumpliendo de manera correcta con sus funciones, y si no es así, tratar de acelerar el proceso de investigación por feminicidio.

3. Criterios tomados en cuenta por el medio digital El Comercio al momento de brindar cobertura periodística sobre noticias de feminicidio.

Son cuatro criterios tomados por el medio digital El Comercio, verificación de las fuentes. Las fuentes utilizadas son citadas en las notas, esto hace que el lector no tenga dudas de la veracidad del contenido que está leyendo.

Asimismo, otro criterio tomado en cuenta por el medio digital, son los titulares que van en la noticia, ya que en estos no se expresa contenido de razones sentimentales o emocionales, ya que muchas veces esto hace que se victimice a la víctima, y minimizando el hecho de feminicidio.

Otro de los criterios tomado en cuenta por el medio en relación con el uso de recursos multimedia, es la multimedialidad que son las fotos publicadas en las noticias de feminicidio, están tienen un riguroso cuidado al momento de ser publicadas en el periódico como en la plataforma virtual, y de manera evitar caer en el morbo.

El último criterio, es el impacto que tiene la noticia de feminicidio en la sociedad, no solo se trata de publicar una noticia “más” de feminicidio, sino brindar una reflexión a las personas que leen las notas, y puedan de alguna manera ayudar a las mujeres que se encuentran en ambientes de violencia.

VI RECOMENDACIONES

- A las escuelas de Ciencias de la Comunicación, se les recomienda trabajar en campañas de sensibilización contra la violencia hacia las mujeres, haciendo énfasis a los alumnos que el feminicidio es el último peldaño, en la

vida de la mujer que sufre de violencia, asimismo permitir a los futuros comunicadores sociales forjarse en valores de ética y responsabilidad social al momento de trabajar en medio de comunicación social.

- A la comunidad de comunicadores sociales, se les recomienda seguir realizando estudios parecidos con el tratamiento informativo de noticias de feminicidio, ya que es un flagelo que aqueja constantemente a la sociedad.
- Al medio digital El Comercio, se le recomienda emprender el seguimiento de los casos de feminicidio, que no se quedé solo en la noticia publicada del día.
- Al medio digital El Comercio, se le recomienda hacer referencia en las noticias de feminicidio a entidades donde mujeres que sufran de algún tipo de violencia puedan acudir o llamar para solicitar ayuda.
- Al medio digital El Comercio, se le recomienda que a través de sus fuentes brindar más información, de las denuncias previas que se les hace a los agresores o procesos judiciales pendientes en casos de violencia.
- Al medio digital El Comercio, se le recomienda que tenga periodistas especializados en casos de feminicidio como existe en otros países de Latinoamérica.

VII. REFERENCIAS

Antonio López Hidalgo (2002). Géneros Periodísticos Complementarios. “Una aproximación crítica a los formatos del periodismo visual”

Ana Regina Isabel Mendoza Loyola (2015). Tratamiento de la información periodística de la campaña “Déjala decidir” en los diarios digitales La Mula y Lucidez desde la perspectiva de género. (Proyecto de Investigación). Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú.

Barrón Margarita (2007). “Violencia”. 1º edición. Argentina: Brujas

Beatriz Eugenia Pacheco Arévalo (2013). El feminicidio y la violencia de género en la provincia de Ocaña, norte de Santander, entre los años 2004-2011: Análisis social de la comunidad y la normativa imperante en Colombia. Recuperado de: tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2013/147170.pdf

Belén Moreno Garrido (2012). La teoría del framing aplicada a los estudios de Comunicación y Memoria. Recuperado de: <http://es.slideshare.net/BelnGarrido/teora-del-framing>

Carlos Andrés Cordero Peña (2010). Teoría del framing o enmarque. Recuperado de: <http://es.slideshare.net/charlieparadise/teoria-del-framing-o-enmarque>

Caudillo Carlos y Cerna María (2007). “Sexualidad y vida humana”. 1º edición. México: Universidad Iberoamericana A.C.

Claudia Vallejo Rubinstein (2005). Representación de la violencia contra las mujeres en la prensa española (El País/ El Mundo) desde una perspectiva crítica de género. Un análisis crítico del discurso androcéntrico de los medios. Recuperado de: http://www.dissoc.org/recursos/tesis/Tesis_Vallejo.pdf

Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán (2003). Reporte feminicidio en el Perú. Recuperado de: <http://www.flora.org.pe/investigaciones/feminicidio.pdf>

Connie Shirley Romanè Hurtao (2013). Análisis comparativo del tratamiento periodístico de la información sobre la violencia de género publicada en los medios impresos “Correo”, “Trome” y “El Polular”. (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú.

Christian Pastrana (2014). Técnicas de redacción para medios online: ¿cómo escribir en Internet? Recuperado de: <http://comunidad.iebschool.com/iebs/periodismo-digital/redaccion-medios-online/>

Edwin Yolvin Campos Siccha. (2016). SEO y la curación de contenido en las notas informativas de la sección de La Libertad del diario digital TrujilloInforma.Pe. (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú.

Encarna Ruiz. El periodismo digital: la revolución de los contenidos. Recuperado de: <http://www.esdi.url.edu/content/pdf/el-periodismo-digital.pdf>

Empresa Editora El Comercio S.A: Libro de Estilo El Comercio: Primera Edición Mayo 1998.

Gabriela Read y Virginia Antares Rodríguez (2015). La cobertura periodística de los feminicidios: sensacionalista y limitada. Recuperado de: <http://elgrillo.do/2015/08/la-cobertura-periodistica-de-los-feminicidios-sensacionalista-y-limitada/>

Gabriela Read y Virginia Antares Rodríguez (2015). La prensa invisibiliza a los responsables de los feminicidios. Recuperado de: <http://elgrillo.do/2015/08/la-prensa-invisibiliza-a-los-feminicidas/>

Gabriela Read y Virginia Antares Rodríguez (2015). Feminicidios: hacia una cobertura periodística orientada a soluciones. Recuperado de: <http://elgrillo.do/2015/08/femenicidios-hacia-una-cobertura-periodistica-orientada-a-soluciones/>

Juan López Sierra (2012). Gatekeepers: Curando contenidos desde que existe el Periodismo. Recuperado de: http://archivo.emotools.com/static/upload/Gatekeepers_Curando_Contenidos_des_de_que_existe_periodismo.pdf

Lorenzo Gomis (2008). Teoría de los géneros periodísticos. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=6Ej1xLSmXf8C&pg=PA45&dq=teoria+de+gatekeeper+kurt+lewin&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiawKmi_u7MAhXLFh4KHbdHDI MQ6AEIQDAH#v=onepage&q=teoria%20de%20gatekeeper%20kurt%20lewin&f=false

Ivonne Luz Aguirre Zapata (2013). Tratamiento de la imagen de la mujer en las noticias políticas regionales en los medios impresos La Industria y La Republica.”. (Proyecto de Tesis). Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú.

Liliana de León (2011). Teoría de la sociedad de la información. Recuperado de: <http://es.slideshare.net/Lily-yojan/teora-de-la-sociedad-de-la-informacin-33419821>
<http://image.slidesharecdn.com/unasociadaddelainformacinesaquellaenlacuallaste cnologasquefacilitanlacreacin-110602085555-phpapp01/95/una-sociedad-de-la-informacin-es-aquella-en-la-cual-las-tecnologas-que-facilitan-la-creacin-1-728.jpg?cb=1307005064>

María Elizabeth López Espinosa (2015). El Periodismo Digital. Recuperado de: <http://melopez18.blogspot.es/1447727216/el-periodismo-digital/>

María de Lujan Piatti (2013). Violencia contra las mujeres y alguien más. Recuperado de: <http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/29006/Tesis%20completa.pdf?sequence=1>

Mario Tascón (2011). Mario Tascón, a toda máquina, sobre Nuevos Modelos de Comunicación en el Media 140. Recuperado de: <http://silviacobo.com/mario-tascon-nuevos-modelos-de-comunicacion-media140/>

Mylka Mylene Pacheco Infante (2015). Tratamiento de la información socioambiental desde la perspectiva de la teoría del newsmaking, en los diarios La República y El Comercio. (Proyecto de Investigación). Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú.

Ministerio Público (2010). El feminicidio en el Perú según distritos Enero -octubre 2010. Recuperado de: <http://www.unfpa.org.pe/mgenero/PDF/MP-Feminicidio-Distritos-ENE-OCT2010.pdf>

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2016). Resumen estadístico feminicidio y tentativitas 2016. Recuperado de:http://www.mimp.gob.pe/portalmimp2014/index.php?option=com_content&view=article&id=1407&Itemid=431http://www.mimp.gob.pe/files/programas_nacionales/pncvfs/estadistica/ResEstad_Feminicidio_Tentativas2016_4.xls

Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (2011). Pautas para el tratamiento informativo adecuado de la violencia contra la mujer en los medios de comunicación. Recuperado de: http://www.mimp.gob.pe/files/programas_nacionales/pncvfs/pautasparaeltreatmento.pdf

Nadia Sabrina Koziner (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación. Recuperado de: <http://www.austral.edu.ar/ojs/index.php/australcomunicacion/article/view/53/49>

Juan Pablo Aracena Rivera Valdivia (2006) Análisis de la cobertura y tratamiento de noticias policiales en noticieros de televisión. El caso de los noticieros centrales de Chilevisión y Canal 13 (Julio-agosto de 2005)

<http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2006/ffa658a/doc/ffa658a.pdf>

Pilar López Díez (2006). La violencia de género en los medios. Recuperado de: http://www.pilarlopezdiez.eu/pdf/ViolGenMedios_EIMundo.pdf

ANEXOS

Anexo N.º 01 instrumento de análisis de guía de observación

Análisis de guía de observación

Título de la nota: _____

Fecha: _____

Hora: _____

Medio: _____

I CONTENIDO	
Redacción de la noticia	Completa () Concisa () Clara () Concreta ()
Componentes de la noticia	Antetítulo () Título () Subtítulo ()
Ingreso y publicidad	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Presenta un anuncio SI () NO () </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Presenta dos o más anuncios: SI () NO () </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> El anuncio ocupa más espacio que la nota periodística SI () NO () </div>
Lenguaje que emplea el medio al redactar la noticia de feminicidio	Culto () Coloquial () Vulgar ()
Autoría de la noticia	Otro Medio () Periodista () Lectores ()
II TRATAMIENTO DE NOTICIAS DE FEMINICIDIO	
Especies Periodísticas: <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin-top: 5px;"> <p>Informativo: Nota Informativa ()</p> <p>Interpretativo: Reportaje () Crónica () Entrevista ()</p> <p>Opinión: Columna () Crítica () Artículo () Editorial ()</p> </div>	
Fuente <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin-top: 5px;"> <p>Por su aporte: Personales () Documentales () Materiales () Digitales ()</p> <p>Conocimiento con los hechos: Primarias () Secundarias ()</p> <p>Grado de Institucionalidad: Oficiales () No oficiales ()</p> <p>Grado de atribución: Identificables o atribuibles () Veladas no atribuibles () Omitidas o Confidenciales () Off the record ()</p> <p>Por su profesionalismo: Profesionales () No profesionales ()</p> </div>	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 5px;"> Uso del idioma: </div>	
Una idea por frase: SI () NO () Palabras Rebuscadas: SI () NO () Tecnicismos SI () NO ()	Extranjerismos SI () NO () Regionalismos SI () NO () Jerga SI () NO ()

El medio presenta a las noticias de feminicidio, atribuyendo a sus titulares razones "sentimentales o emocionales".	SI () NO ()
Utiliza oraciones de "voz pasiva" al momento de redactar la noticia de feminicidio, dando así menos relevancia al crimen.	SI () NO ()
El medio hace referencia a un lenguaje sexista en la noticia de feminicidio	SI () NO ()
Utiliza adjetivos que victimizan a la imagen de la mujer	SI () NO ()
Utiliza adjetivos que justifican al agresor	SI () NO ()
Muestra imágenes escabrosas que alienten el morbo, y hagan de la violencia contra las mujeres un espectáculo.	SI () NO ()
III PARTE ÉTICA	
Valora la información de la violencia en su real dimensión	SI () NO ()
Da a conocer información sobre las opiniones de expertas (os)	SI () NO ()
Respetar la dignidad de la víctima y su dolor	SI () NO ()
Proteger la identidad de la víctima y guardar el anonimato de los lugares donde vive o refugia	SI () NO ()
Difundir casos de mujeres que salen de una situación de violencia y logran rehacer su vida	SI () NO ()
Realizar el seguimiento de casos	SI () NO ()
Facilita información útil	Números telefónicos del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables SI () NO () Comisaría SI () NO () Fiscalía SI () NO () Otros: _____
IV PARTE LEGAL	
El medio hace referencia a entidades donde pueda acudir alguien que sufre de violencia	SI () NO ()
El medio manifiesta las denuncias previas, los procesos judiciales pendientes, así como las órdenes de protección	SI () NO ()
V USO DE RECURSOS MULTIMEDIA	
La noticia presenta:	Hipertexto: SI () NO () Hipervínculo: SI () NO ()
Incluye fotografía	SI () NO ()
Incluye videos	SI () NO ()
Se pueden hacer comentarios a las noticias publicadas.	SI () NO ()
Permite compartir el contenido de la noticia a través de las redes sociales	Facebook: SI () NO () Twitter: SI () NO () Google: SI () NO () Otros: _____
Permite a los lectores contactar vía correo electrónico con el autor de una noticia.	SI () NO ()
Cuenta con chat para que los usuarios interactúen con el medio.	SI () NO ()

ANEXO N°02

Universidad Cesar Vallejo

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Entrevista al periodista Jhonny Aurazo de El Comercio

1. ¿Qué prioridad tienen las noticias de feminicidio en el medio digital El Comercio?

No todas las noticias de feminicidio son publicadas en el medio tanto físico como virtual debido a que no cuenta con sección policiales. Para que la noticia de feminicidio sea publicada tiene como prioridad ser de ámbito nacional, que conlleve a una investigación de fondo. No es el hecho de que las noticias de feminicidio no sean importantes para el medio, sino que tratamos de contrastar las fuentes que sean cien por ciento confiables, y si están no lo son, simplemente la noticia no se publica.

2. ¿Cuál es la importancia del tratamiento informativo sobre noticias de feminicidio?

Es muy importante hacer un adecuado tratamiento informativo de las noticias de feminicidios, debido a que no solo es el hecho de las mujeres muertas a manos de sus parejas, sino el trasfondo de cuál es la causa principal que conlleva al feminicidio, que es un flagelo latente en la sociedad peruana. Los medios comunicación y los periodistas debemos hacer un buen tratamiento periodístico, sin importa en cierta manera la línea editorial, que es un poco difícil, debido a que el periodista tiene que adecuarse a ciertas normas del medio donde trabaja, pero muy aparte de ello, tratar de ser veraces y parciales al momento de dar a conocer una noticia.

3. ¿Qué criterios son tomados en cuenta por el medio digital al momento de abordar una noticia sobre feminicidio?

Son cuatro criterios tomados por el medio digital El Comercio, verificación de las fuentes. Las fuentes utilizadas son citadas en las notas, esto hace que el lector no tenga dudas de la veracidad del contenido que está leyendo.

Asimismo, otro criterio tomado en cuenta por el medio digital, son los titulares que van en la noticia, ya que en estos no se expresa contenido de razones sentimentales o emocionales, ya que muchas veces esto hace que se victimice a la víctima, y minimizando el hecho de feminicidio.

Otro de los criterios tomado en cuenta por el medio en relación con el uso de recursos multimedia, es la multimedialidad que son las fotos publicadas en las noticias de feminicidio, están tienen un riguroso cuidado al momento de ser publicadas en el periódico como en la plataforma virtual, y de manera evitar caer en el morbo.

El último criterio, es el impacto que tiene la noticia de feminicidio en la sociedad, no solo se trata de publicar una noticia “más” de feminicidio, sino brindar una reflexión a las personas que leen las notas, y puedan de alguna manera ayudar a las mujeres que se encuentran en ambientes de violencia.

4. ¿El medio digital realiza un seguimiento a la investigación por feminicidio después de haber sido publicada?

Si se debería hacer un seguimiento a la investigación por feminicidio después de haber sido publicada, y no solo El Comercio, sino todos los medios de comunicación que abarquen en sus distintas líneas editoriales noticias de tipo.

Lamentablemente El Comercio no hace un seguimiento a la investigación muchas veces por la falta de tiempo, y por lo que no se obtiene la información necesaria cuando es requerida en el tiempo circunstancial del hecho.

5. ¿Por qué el medio digital El Comercio no manifiesta caso de mujeres que han sobrevivido a un ataque de feminicidio?

Claro que sería una buena alternativa para poder ayudar a mujeres que sufren de violencia, y de esta manera alentarlas a buscar ayuda, pero el medio no lo estila en una noticia, quizás en un reportaje o en algún informe especial, mas no en una noticia del día.

6. ¿Cuándo la víctima de feminicidio es menor de edad el medio digital toma las medidas necesarias para protegerla?

Por supuesto que sí, es parte de la ética profesional como periodistas. Si la menor ha sido víctima de feminicidio o sufrió algún tipo de abuso sexual el medio en la redacción de la noticia ni siquiera considera las iniciales de la menor, cosa que se ve, en otros medios de comunicación.

7. ¿En qué sección ubica el medio digital las noticias sobre feminicidio?

No se ubica las noticias de feminicidio en una sección determinada del medio, por el hecho que no existe secciones policiales, dentro del medio tanto físico como virtual. Esto se debe a que no todos los días el medio da cobertura a noticias de feminicidio.

8. ¿En base a una noticia de feminicidio El Comercio desarrolla una campaña de sensibilización?

Claro que se debería desarrollar campañas de sensibilización en todos los medios de comunicación, hacia la violencia contra la mujer, y más en casos de feminicidio, pero lamentablemente no se estila, si bien es cierto se da una cobertura amplia a las marchas que se hacen contra la violencia, como es el caso de NiUnaMenos, que se dar una cobertura especial, tanto en el periódico como en la plataforma virtual.

ANEXO N°03

Universidad Cesar Vallejo

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Entrevista al periodista Elder Villanueva del diario Satélite

1. ¿Qué prioridad tienen las noticias de feminicidio en el medio digital Satélite?

Por la línea editorial que el medio maneja, tiene que dar prioridad a todas las noticias de violencia, y más aun de feminicidio, también se debe a que es un medio local, que abarca todas las noticias de la región La Libertad.

2. ¿Cuál es la importancia del tratamiento informativo sobre noticias de feminicidio?

La importancia que tiene el tratamiento informativo de noticias de feminicidio es algo muy general, porque el periodista sabe que tiene que hacer un correcto tratamiento de las noticias, pero la línea editorial del medio muchas veces no lo permite, y el periodista tiene que adaptarse a ese estilo.

3. ¿Qué criterios son tomados en cuenta por el medio digital al momento de abordar una noticia sobre feminicidio?

El diario Satélite no cuenta con un formato de criterios a la hora de abordar una noticia de feminicidio, si se tiene que tomar un criterio general simplemente tendría que ser una noticia especial que se tiene que dar cobertura por varios días. Existen noticias de feminicidio atroces, en la mayoría de los casos, eso es mayormente lo que busca el medio.

4. ¿El medio digital realiza un seguimiento a la investigación por feminicidio después de haber sido publicada?

Somos conscientes que todos los medios, deberían hacer un seguimiento a la investigación por feminicidio después de haber sido publicada, pero el diario Satélite, pero para que cualquier noticia, no solo feminicidios, se de un seguimiento, esta tiene que ser de mucho interés para los lectores, y en algunos casos muchas noticias no lo cumplen, es por ello por lo que no se les brinda ese seguimiento.

5. ¿Por qué el medio Satélite no manifiesta caso de mujeres que han sobrevivido a un ataque de feminicidio?

Para que esto se dé, primero se tiene que contar con una sección especialidad en el medio en brindar cobertura a este tipo de temas, y segundo periodistas especializados en dar seguimiento a dichas víctimas.

6. ¿Cuándo la víctima de feminicidio es menor de edad el medio digital toma las medidas necesarias para protegerla?

Como se sabe Satélite, es un medio de comunicación sensacionalista, que muchas veces no tiene el “tino” necesario al publicar datos de una menor de edad, pero últimamente los reglamentos por decirlo de esta manera están cambiando, ahora los periodistas que cubran una noticia de feminicidio y algún tipo de violencia tienen que proteger la identidad de la menor.

7. ¿En qué sección ubica el medio las noticias sobre feminicidio?

Todas las noticias de violencia en general y de también de feminicidio, se ubican en la sección policiales, dentro del medio tanto físico como virtual.

8. ¿En base a una noticia de feminicidio el diario Satélite desarrolla una campaña de sensibilización?

Como se sabe ningún medio comunicación realiza ningún tipo de campaña, lo que si se enfoca y creo que muchos medios también lo hacen, es brindar cobertura a las distintas marchas que se dan en contra de la violencia hacia las mujeres.